

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

JUNY 2010

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r10024**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM

JUNY 2010

Direcció de Comunicació Corporativa

Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

Paradís, n. 14, Planta: 3

Tel. 934 027 918

FAX. 934 023 210

08002 Barcelona



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

Tots els drets reservats. Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni en tot ni en part, ni registrada en o transmesa per un sistema de recuperació en cap forma ni en cap mitja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



Ajuntament de Barcelona

Direcció de Comunicació Corporativa
Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

ÍNDEX

- 006 ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA
- 012 TRANSPORT UTILITZAT PER ANAR A COMPRAR
- 018 COMPRA A ZONES COMERCIALS
- 020 VALORACIÓ DE LES ZONES COMERCIALS
- 021 COMPRA PER INTERNET

- 025 TAULES D'EVOLUCIÓ

- 044 DADES D'IDENTIFICACIÓ

FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 i més anys amb llar amb telèfon.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica.

AFIXACIÓ

Proporcional.

PONDERACIÓ

No procedeix.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

S'ha realitzat una mostra aleatòria estratificada segons districte, sexe, edat i nacionalitat. S'han aplicat quotes per cadascun dels estrats calculades segons el Padró municipal d'Habitants

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2s), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,10$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 3 al 8 de juny de 2010.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

GESOP

El bloc de preguntes de Comerç i Consum forma part de l'Òmnibus Municipal de JUNY de 2010.

SIGLES

B

Base. Perfil d'enquestats que responen a la pregunta de l'estudi

N

Número de respostes. Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi.

R

Tipus de resposta. Possibilitat o possibilitats que s'han contemplat per la pregunta formulada



DIRECCIÓ DE
COMERÇ I CONSUM

ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

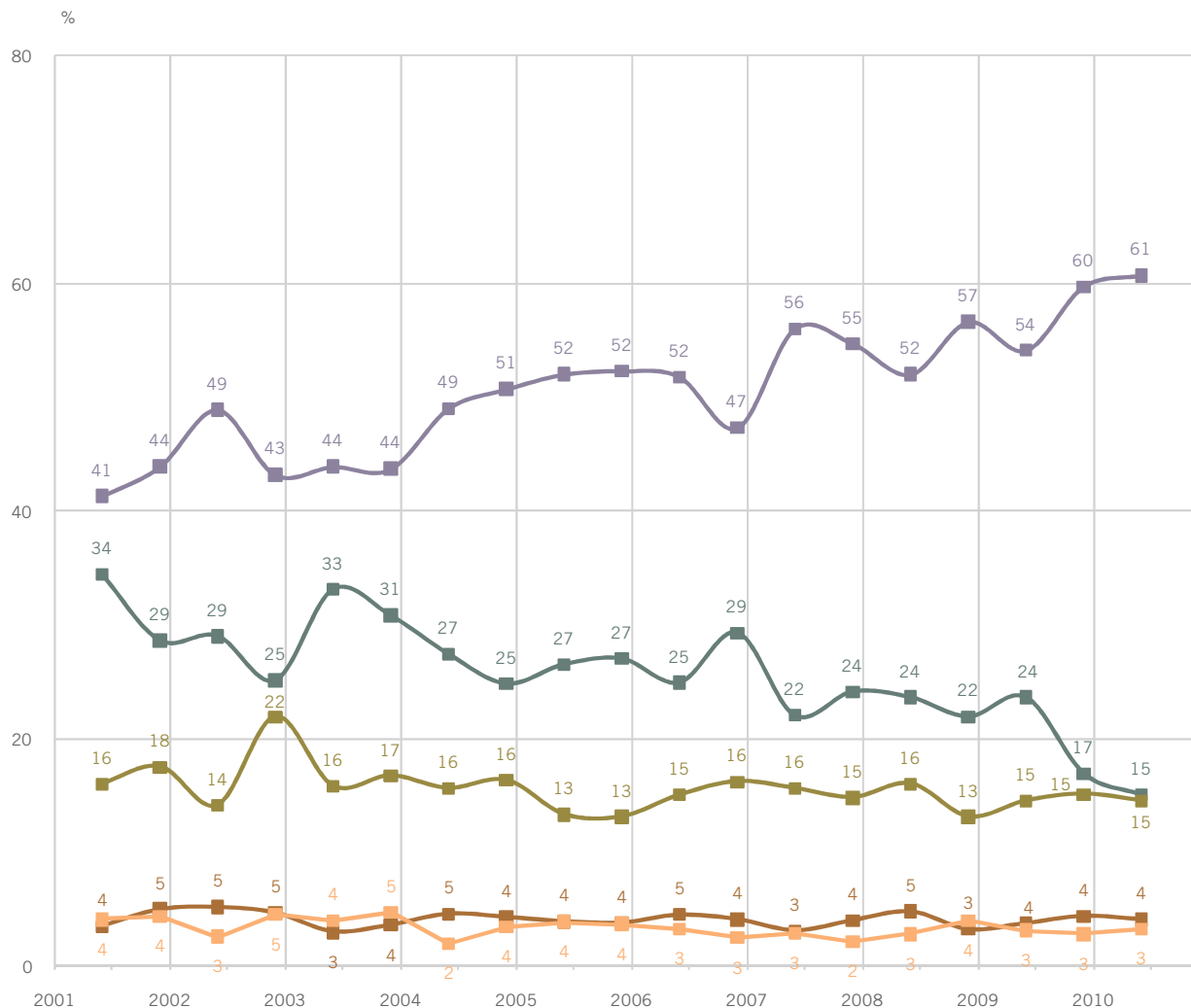
a) ELS ALIMENTS

Sis de cada deu consultats acostumen a comprar els aliments al supermercat, molt per davant dels que opten per altres tipus d'establiments. Així, un 15,0% els compra al mercat municipal i un 14,5% a botigues de barri o especialitzades.

L'opció de comprar aquests productes als hipermercats (4,1%), centres comercials (2,1%) o grans magatzems (1,1%) és menys freqüent.

Els segments d'edat més joves opten més per comprar els aliments al supermercat, mentre els de més edat tenen més tendència a comprar-los al mercat municipal i les botigues de barri o especialitzades.

Evolució: Continua la tendència a l'alça dels que diuen anar a comprar els aliments al supermercat, que assoleixen per segona vegada consecutiva el valor més alt de la sèrie. Per contra, continuen a la baixa els que opten pel mercat municipal.



P1. N 1000

■ Al supermercat
■ Al mercat municipal
■ A la botiga de barri / especialitzada
■ Al hipermercat
■ Altres



ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

b) L'ALIMENTACIÓ FRESCA

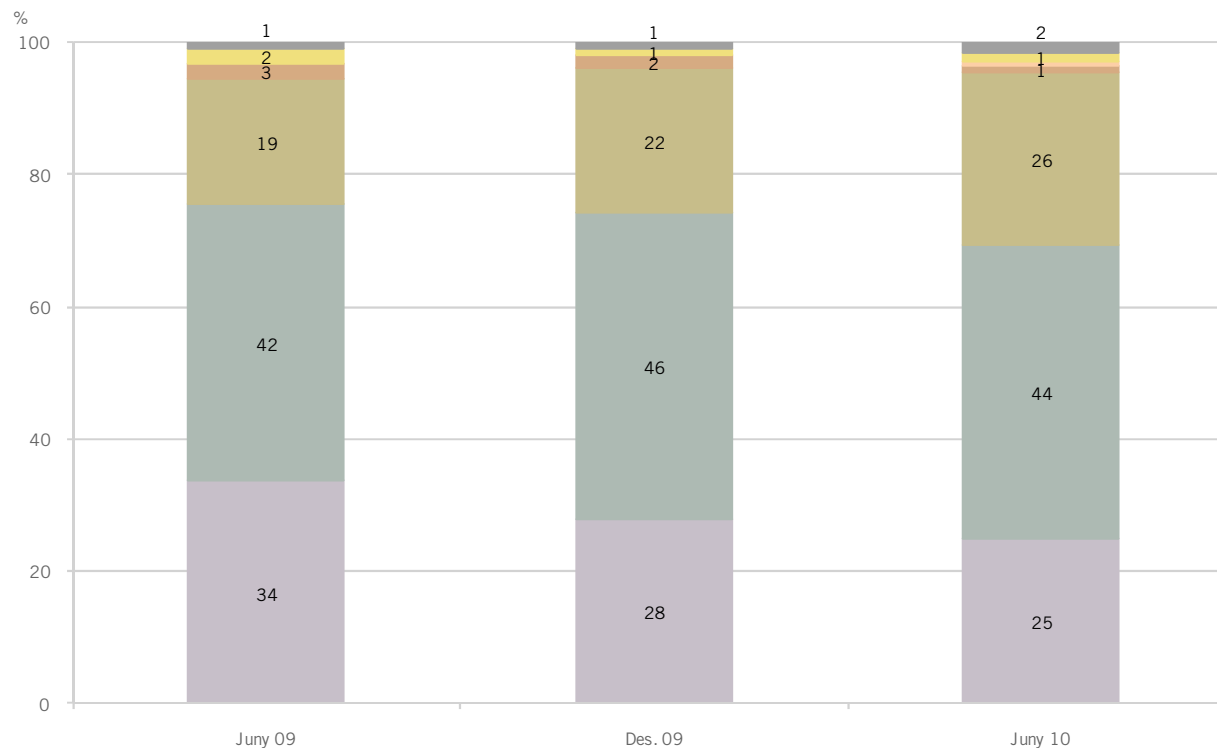
Pel que fa als productes d'alimentació frescos, un 44,1% dels barcelonins diu comprar-los al mercat municipal, per davant del 26,3% que va a les botigues de barri o especialitzades i un 25,1% que opta pel supermercat.

La resta d'establiments comercials són citats amb una freqüència inferior a l'1%. Un 0,7% assegura que no va a comprar i un 1,6% no es defineix al respecte.

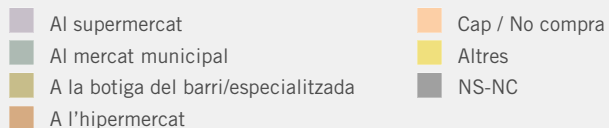
Entre els menors de 35 anys hi ha major tendència a comprar l'alimentació fresca al supermercat, mentre que entre els d'edat més avançada s'opta més pel mercat municipal. Les dones també tenen més tendència que no pas els homes a comprar al mercat municipal.

Evolució*: Respecte la consulta de desembre es redueixen els que diuen anar a comprar els aliments frescos al supermercat en favor dels que opten per les botigues de barri o especialitzades.

* El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments.



P1. N 1000



ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

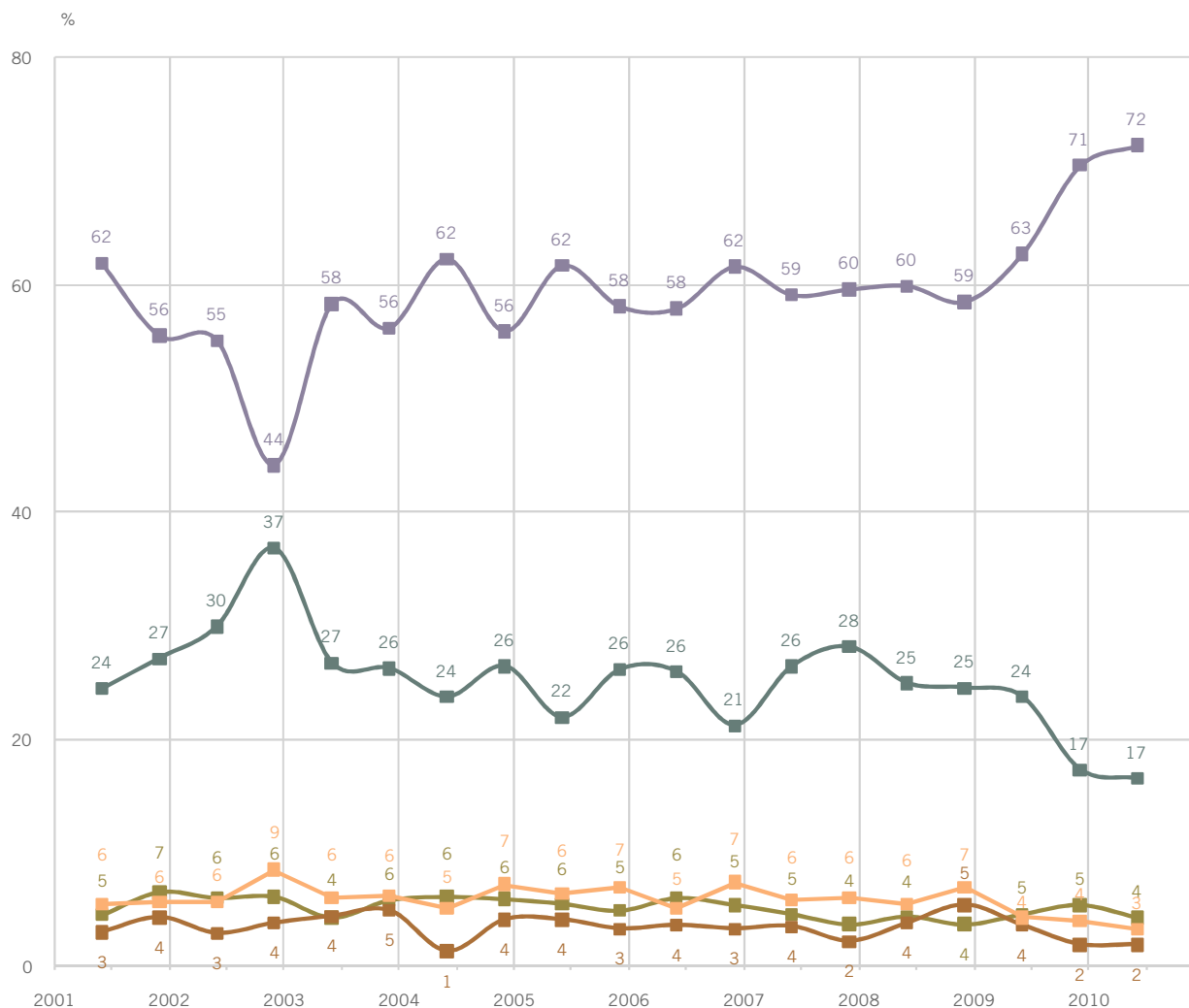
c) ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

La gran majoria de consultats (72,3%) opta per comprar els altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria,...) al supermercat.

Força per darrera, un 16,5% diu que compra els altres productes d'ús quotidià a les botigues de barri o especialitzades, per davant dels que opten per altres establiments com l'hipermercat (4,3%), el gran magatzem (2,3%), els centres comercials (1,9%) o el mercat municipal (0,9%).

Per a tots els segments de població analitzats són amplia majoria els que compren aquests productes al supermercat, però incrementen especialment a mesura que es redueix l'edat de l'entrevistat. Entre els de més edat, augmenta la tendència a comprar aquests productes a les botigues de barri o especialitzades.

Evolució: Continuen a l'alça els que es decanten per comprar els productes d'ús quotidià al supermercat en detriment dels que ho fan a les botigues de barri o especialitzades. En aquesta onada tornen a assolir, respectivament, el nivell més alt i més baix de la sèrie.



P1. N 1000

Al supermercat
A la botiga del barri/especialitzada
Al hipermercat
Als centres comercials
Altres



ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA

P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

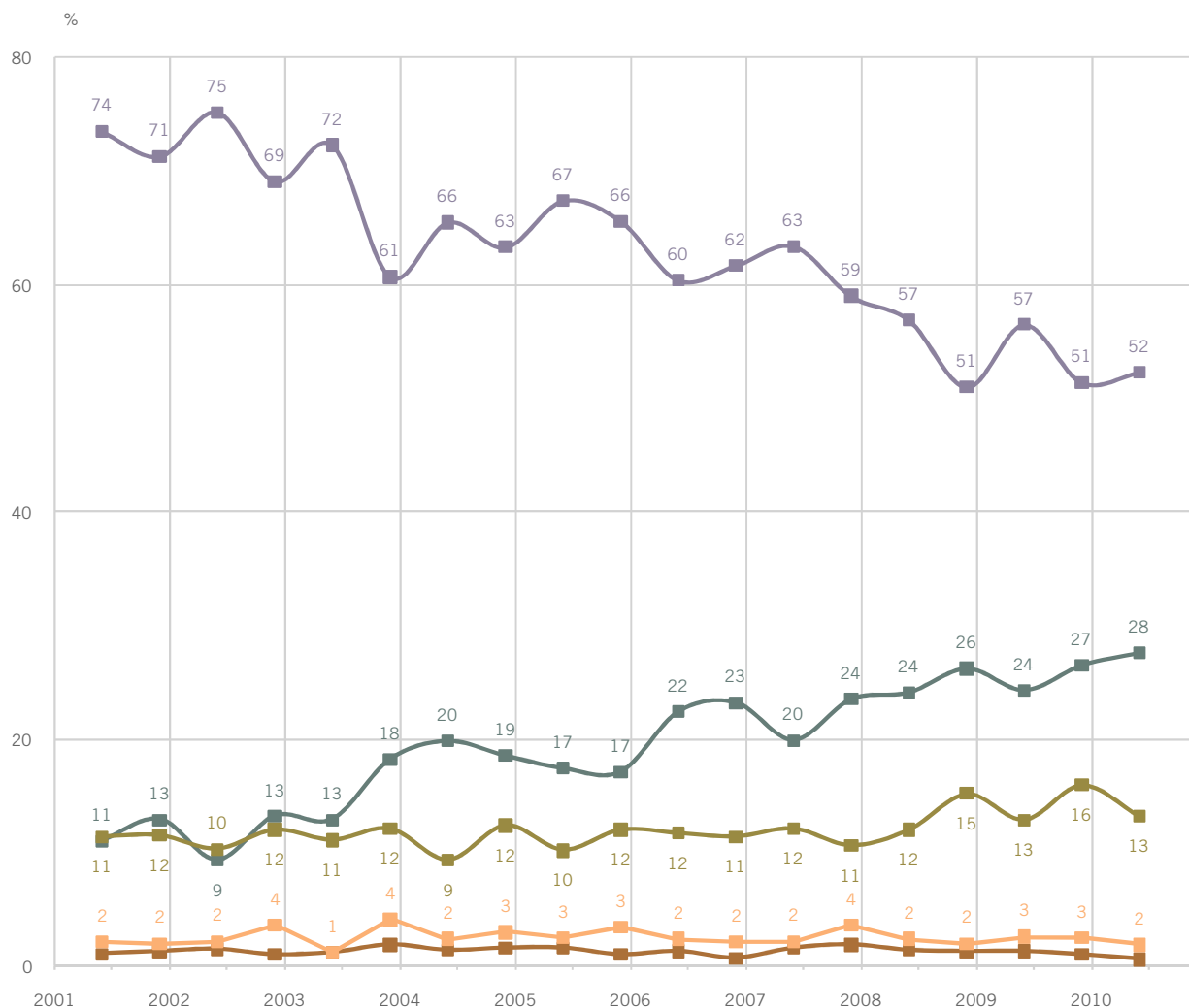
a) LA ROBA I EL CALÇAT

En relació a la roba i el calçat, la majoria d'entrevistats prefereix comprar aquest tipus de productes a les botigues de barri o especialitzades (52,3%), mentre un 27,6% es decanta per comprar-ho als centre comercials i un 13,2% als grans magatzems.

Són pocs els barcelonins que opten per comprar la roba i el calçat a altres tipus d'establiments.

Entre els més joves incrementa la tendència a desplaçar-se fins als centres comercials per comprar la roba i el calçat mentre a mesura que avança l'edat de l'entrevistat s'opta més per comprar a botigues de barri o especialitzades.

Evolució: S'observa una tendència general a la baixa dels que opten per comprar la roba i el calçat a les botigues de barri o especialitzades, en favor dels que es desplacen als centres comercials, que assolixen per segona onada consecutiva el valor més alt de la sèrie.



P3. N 1000

■ A la botiga del barri/especialitzada ■ A l'hipermercat
■ Als centres comercials ■ Altres
■ Al gran magatzem



ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA

P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

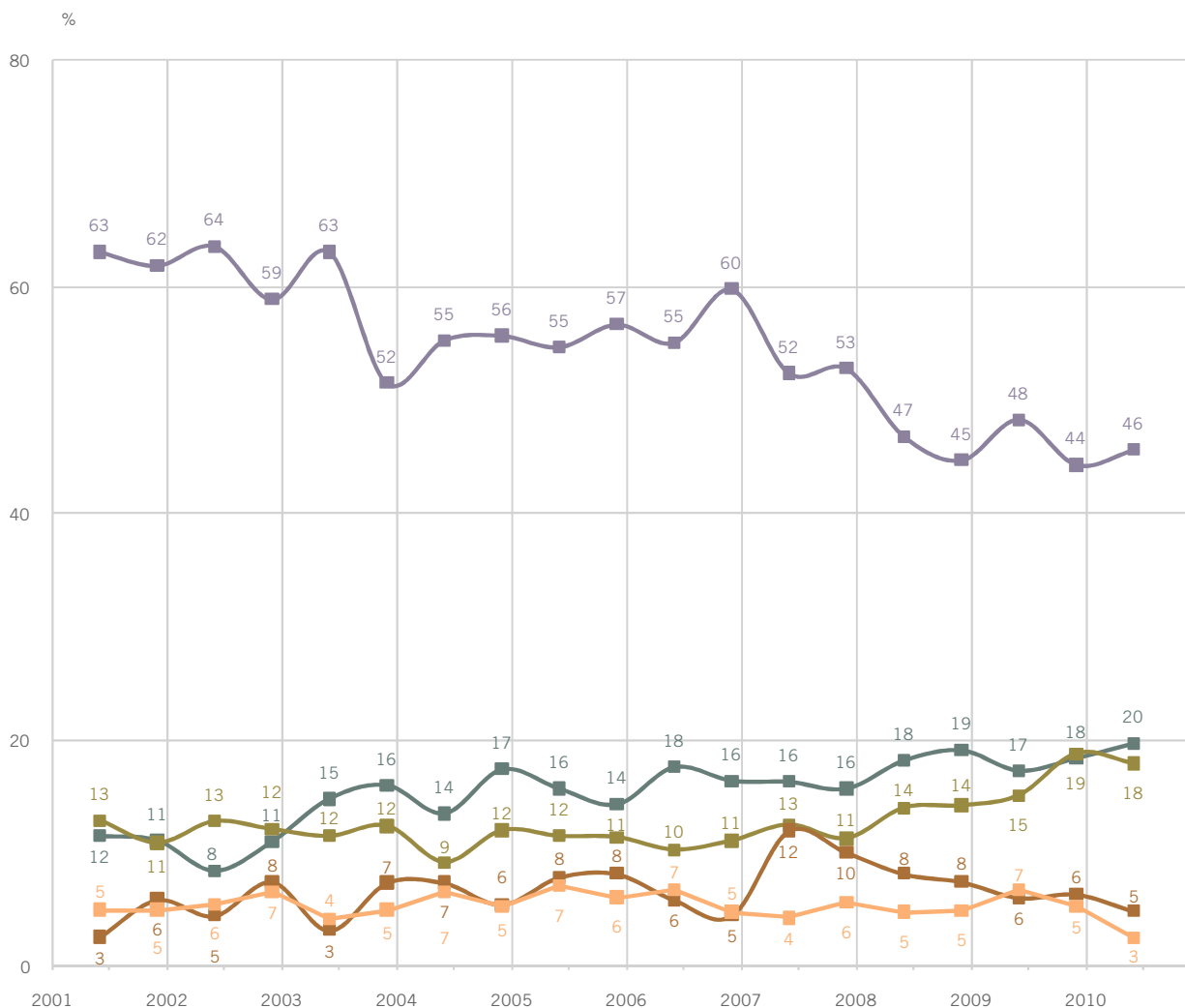
b) ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

La majoria de consultats sol anar a les botigues de barri o especialitzades per la compra de productes de parament de la llar (45,6%), força per davant dels que opten per altres tipus de comerços.

El 19,7% acostuma a comprar-los als centres comercials, un 17,9% als grans magatzems i un 4,9% hi va al supermercat, entre altres comerços citats amb menor freqüència.

També per aquest tipus de productes els joves tenen major tendència a preferir els centres comercials i els grans magatzems mentre que els més grans opten més per les botigues de barri o especialitzades.

Evolució: Malgrat en aquesta onada es frena, al llarg de la sèrie s'observa una clara tendència al baixa de la compra dels productes de parament de la llar a les botigues de barri o especialitzades, en favor dels centres comercials i els grans magatzems.



P3. N 1000

■ A la botiga del barri/especialitzada
■ Als centres comercials
■ Al gran magatzem
■ Al supermercat
■ Altres

ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA

P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

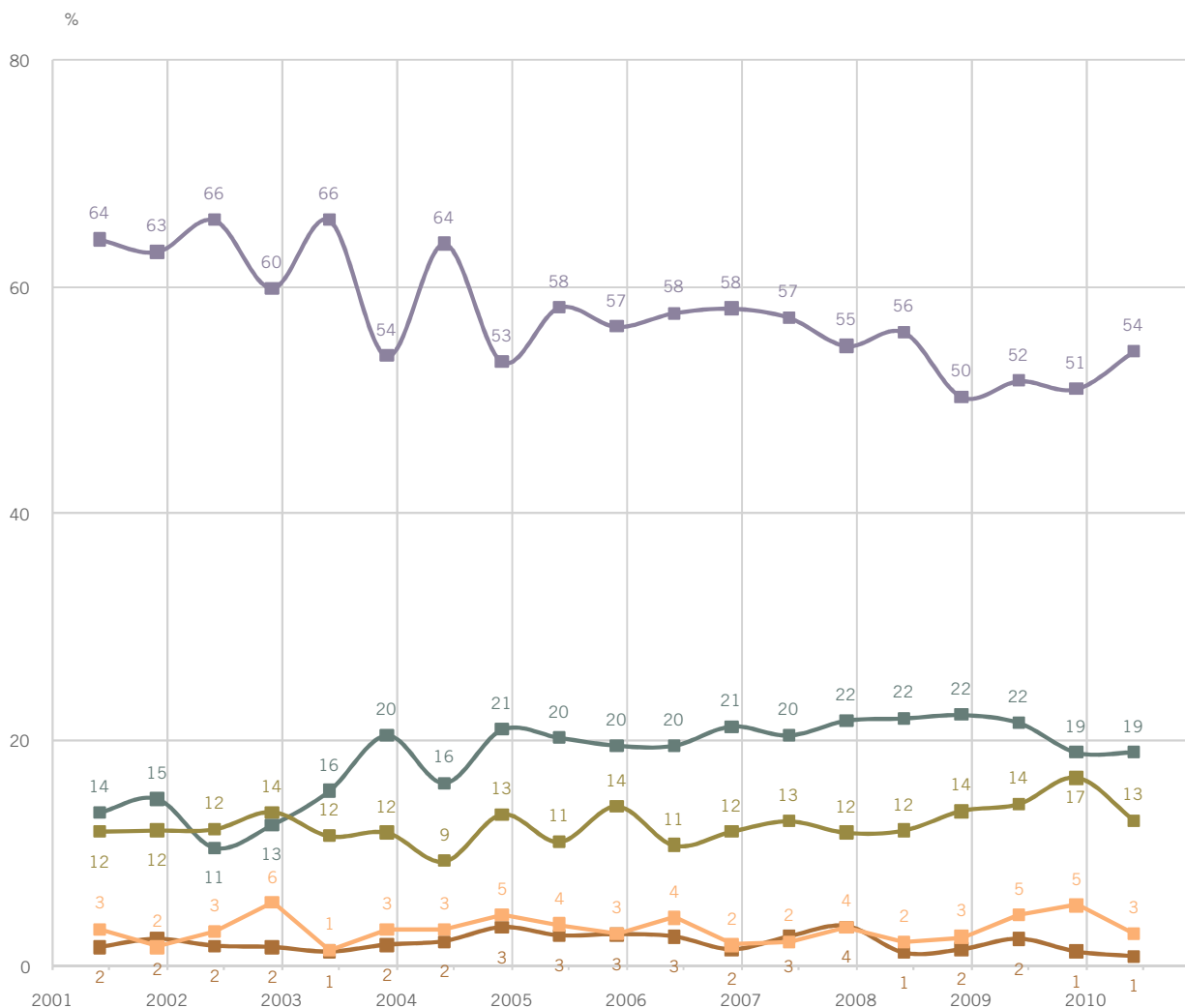
c) ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

Pel que fa a la compra de productes d'oci i cultura els barcelonins opten majoritàriament per les botigues de barri o especialitzades (54,3%), força per davant dels centres comercials (18,9%), força per davant dels centres comercials (18,9%) i els grans magatzems (12,9%).

Pocs compren aquests productes a altres establiments comercials.

Les botigues de barri o especialitzades són les preferides per a comprar aquest tipus de productes a tots els segments de població analitzats, però una vegada més els dos segments d'edat més joves tenen més tendència a comprar-los als centres comercials.

Evolució: Es mantenen unes proporcions molt similars a l'anterior consulta, amb certa recuperació de les botigues de barri o especialitzades, que malgrat lleugeres oscil·lacions, han mantingut al llarg de la sèrie una clara tendència a la baixa.



P3. N 1000

■ A la botiga del barri/especialitzada
■ Als centres comercials
■ Al gran magatzem
■ Al hipermercat
■ Altres



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

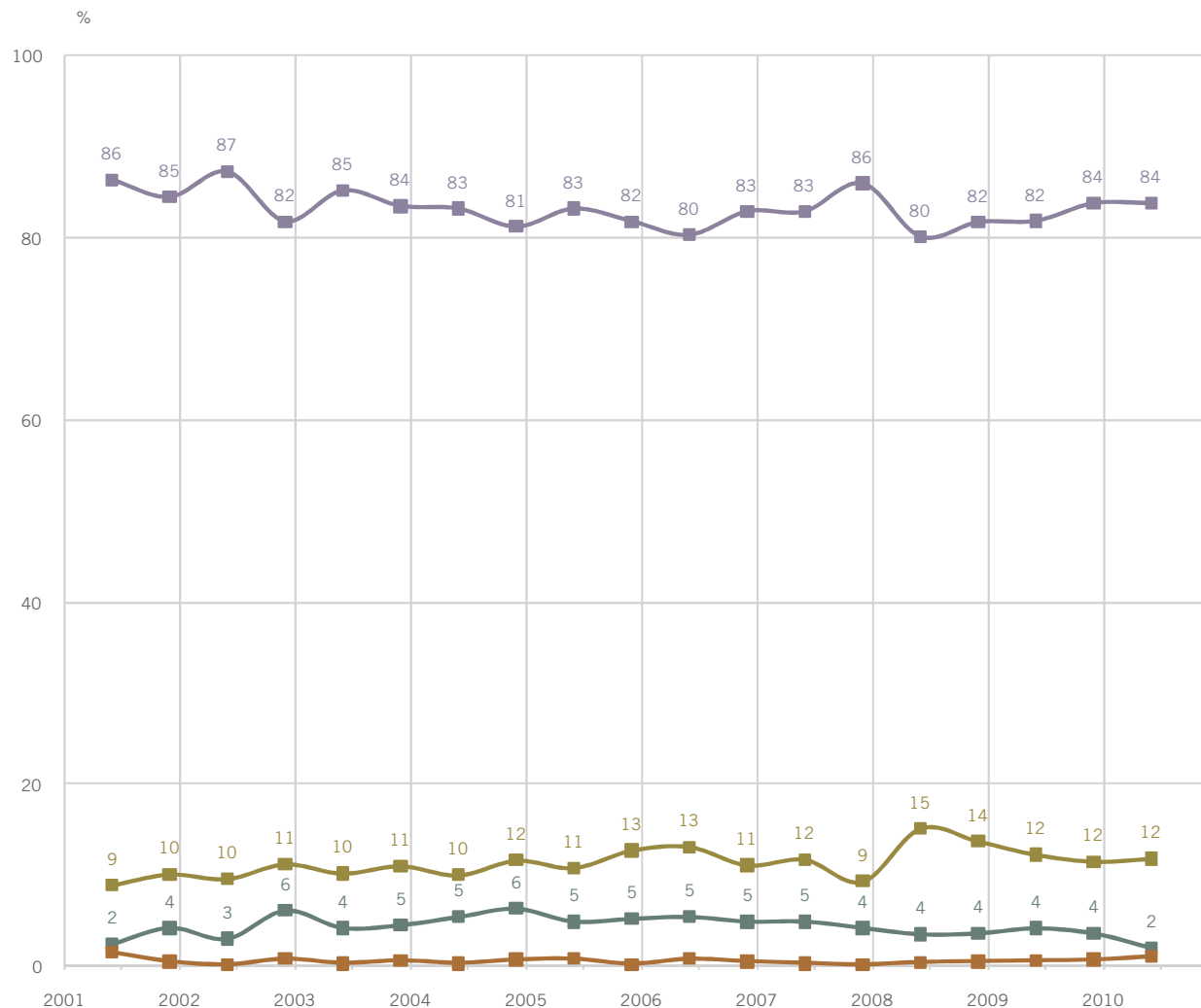
a) ELS ALIMENTES

En relació al sistema de transport utilitzat, la gran majoria (83,8%) es desplaça a peu per anar a comprar els aliments, molt per davant de la resta de mitjans citats.

Un 11,8% diu anar-hi amb vehicle privat, especialment el cotxe (10,0%), i un 2,0% en transport públic (l'1,4% en autobús, el 0,5% en metro i el 0,1% en bicicla).

Aquestes proporcions es mantenen per a tots els segments de població analitzats, amb cert increment de l'ús del cotxe entre les persones que tenen entre 35 i 54 anys.

Evolució: La distribució de les respostes es manté molt similar a les anteriors consultes.



P2. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

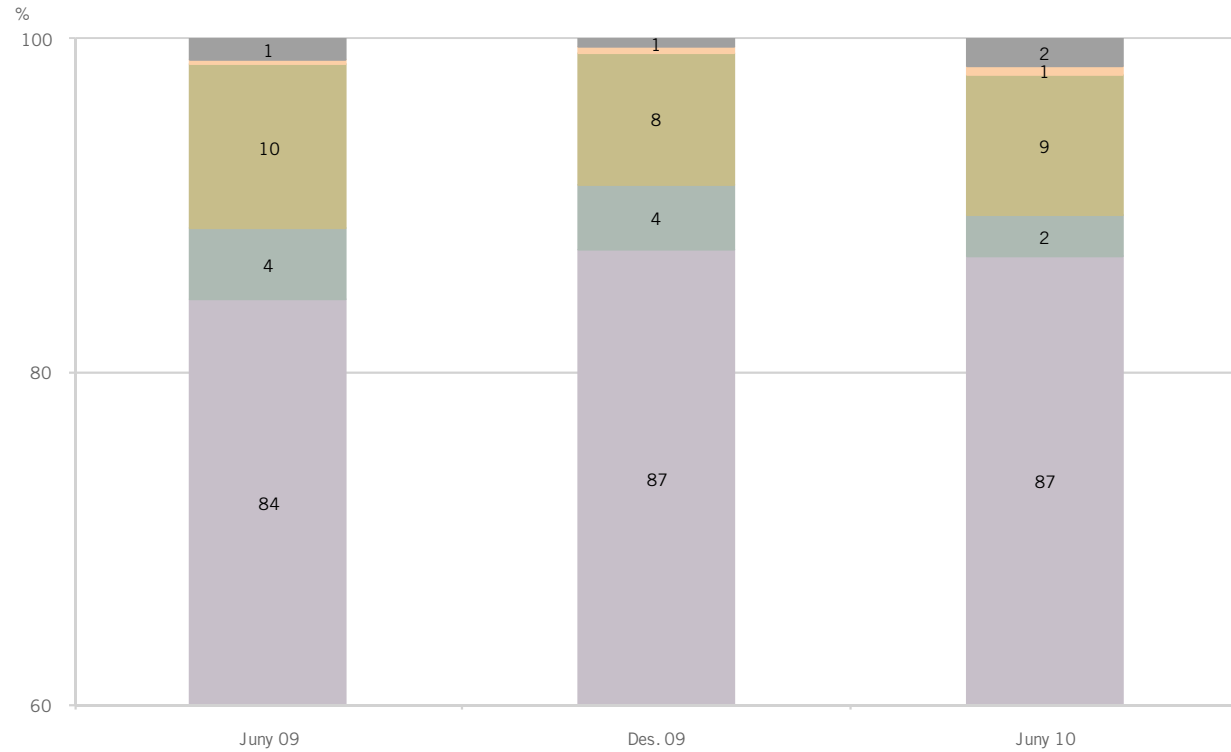
P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR: b) L'ALIMENTACIÓ FRESCA

Quan es pregunta específicament per l'alimentació fresca, també la gran majoria de barcelonins opta per anar a comprar a peu aquest tipus de productes (87,0%).

Un 8,5% opta per desplaçar-se amb un vehicle privat (principalment amb cotxe) per fer aquestes compres i un 2,4% amb transport públic.

També per a tots els segments de població analitzats, la gran majoria opta per desplaçar-se a peu. Només entre les persones de 35 a 44 anys, s'observa cert increment de l'ús del cotxe per anar a comprar aquest tipus de productes.

Evolució*: Es mantenen unes proporcions molt similars a les anteriors consultes.



* El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments.

P2. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres
- NS-NC



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

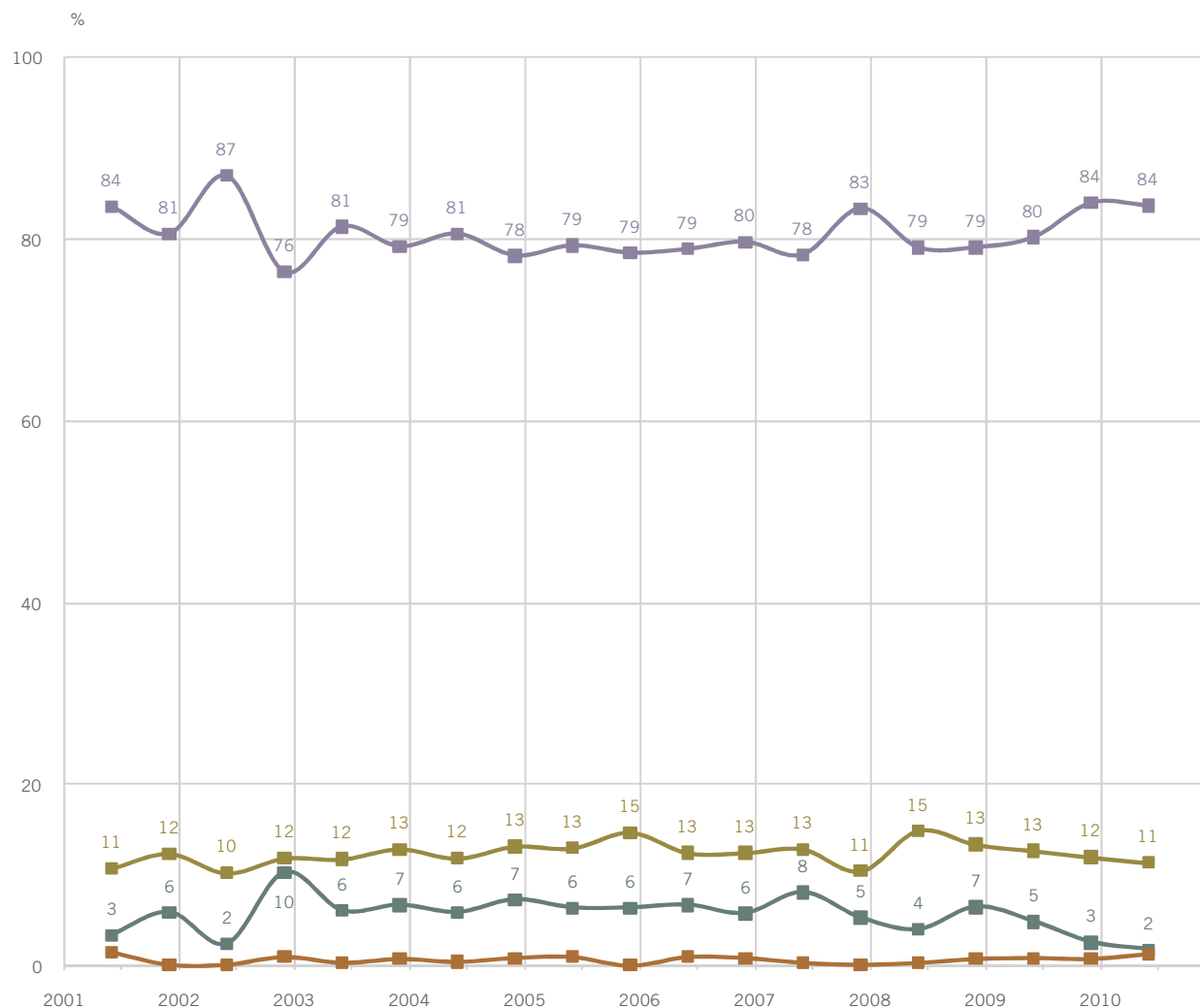
P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

c) ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

Pel que fa al sistema de transport utilitzat per anar a comprar els altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria,...) també la gran majoria opta per anar-hi a peu (83,7%), molt per davant dels que opten per anar-hi amb vehicle privat (11,3%) o públic (1,9%).

Les persones entre 35 i 54 anys tornen a destacar per ser les que més utilitzen el cotxe per fer aquest tipus de compres.

Evolució: Aquestes proporcions es mantenen molt estables al llarg de la sèrie.



P2. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

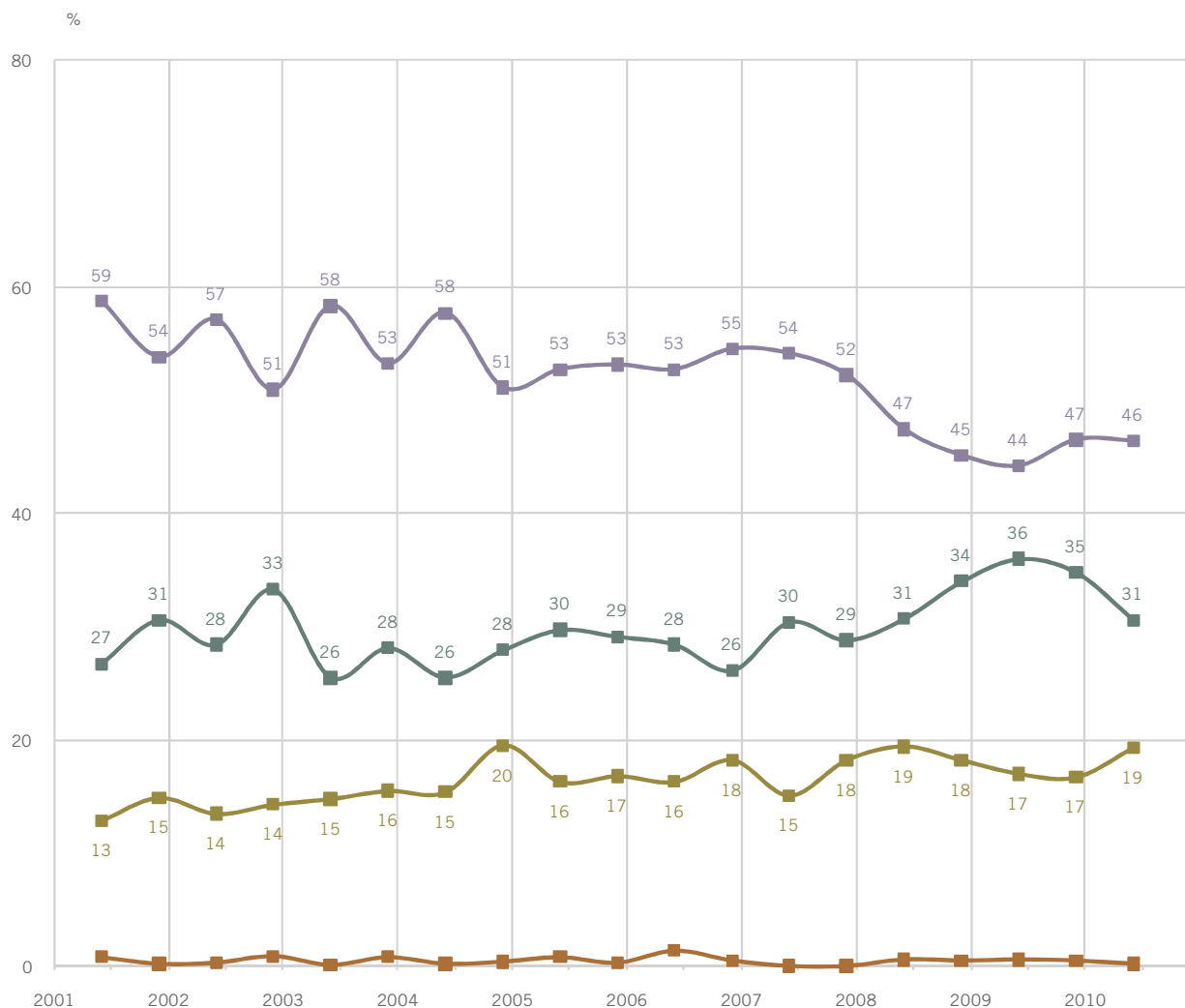
P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

a) LA ROBA I EL CALÇAT

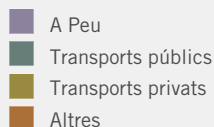
La majoria també opta per desplaçar-se a peu per anar a comprar roba i calçat (46,4%), però incrementen respecte els anteriors productes els que es decanten per desplaçar-se amb transport públic (30,6%), principalment metro (17,7%) i autobús (11,7%), o amb transport privat (19,3%), sobretot amb el cotxe (13,8%) o la moto (5,2%).

Per a tots els segments analitzats són majoria els que es desplacen a peu per anar a comprar la roba i el calçat, especialment entre els de més edat. Entre els més joves creix la tendència a anar-hi amb metro, entre els de 35 a 54 anys amb cotxe i entre els de més de 64 anys amb autobús.

Evolució: Respecte la passada consulta es redueix l'ús del transport públic per anar a comprar la roba i el calçat en favor del vehicle privat.



P4. N 1000



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

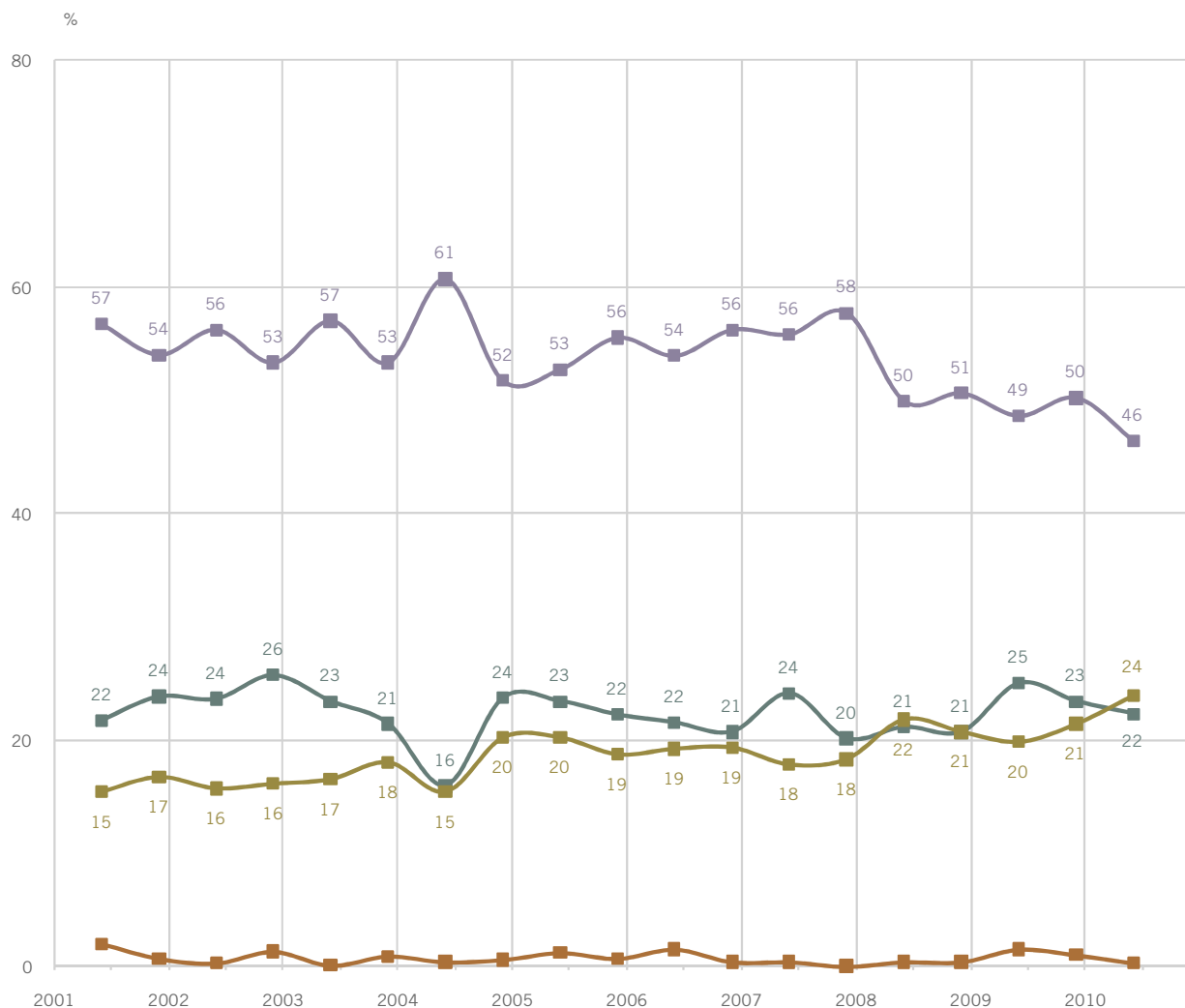
P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

b) EL PARAMENT DE LA LLAR

Un 46,4% dels consultats diu desplaçar-se a peu per anar comprar productes pel parament de la llar, força per davant del 23,9% que ho fa amb vehicle propi, principalment el cotxe i el 22,3% que es desplaça amb transport públic, sobretot metro i autobús.

També en aquest cas, per a tots els segments de població analitzats la majoria es desplaça a peu, especialment entre els més grans, que també són els que més opten per l'autobús. Entre els més joves, en canvi, incrementa l'ús del metro i del cotxe per a fer aquest tipus de compres.

Evolució: S'observa una tendència general a la baixa dels desplaçaments a peu per anar a comprar el parament de la llar, que en aquesta consulta es redueixen quatre punts assolint el valor més baix de la sèrie. Per contra, augmenta l'ús del cotxe obtenint el valor més alt des de l'inici de la sèrie.



P4. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

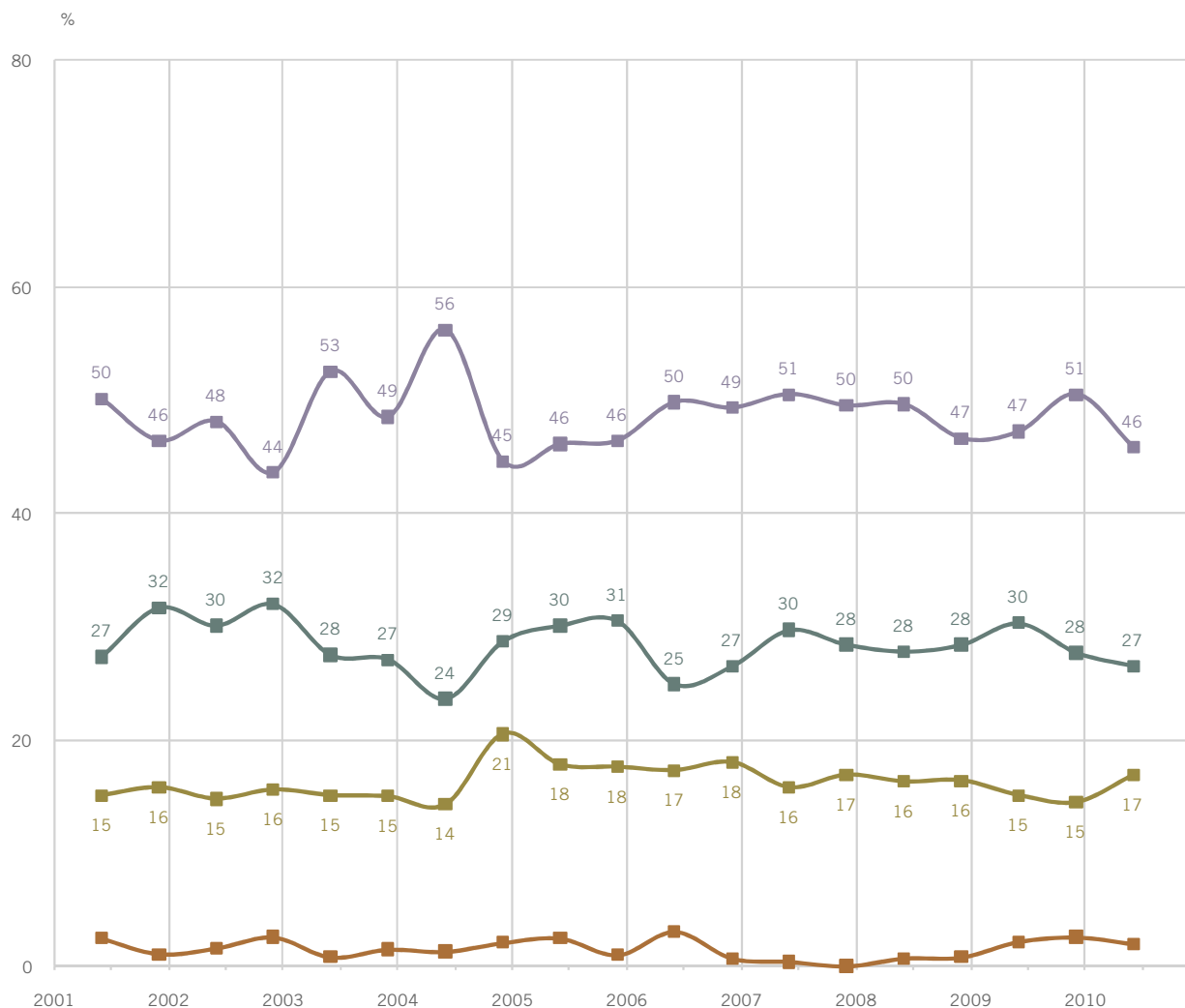
P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

c) ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

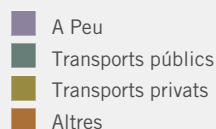
Finalment, pel que fa al sistema de transport utilitzat per anar a comprar els productes d'oci i cultura, la majoria (45,8%) es decanta per desplaçar-se a peu, un 26,5% ho fa en transport públic i un altre 16,9% en transport privat. Un 2,0% esmenta la compra per internet o el servei a domicili.

Com per la compra dels altres productes analitzats, la gent gran té major tendència a desplaçar-se a peu i en autobús, mentre els joves tenen més tendència a agafar el metro. Les persones entre 35 i 44 anys són les que més opten pel cotxe.

Evolució: Es mantenen unes proporcions similars respecte les anteriors consultes malgrat es redueixen lleugerament els desplaçaments a peu i l'ús del transport públic, en favor dels desplaçaments amb vehicle privat.



P4. N 1000



COMPRA A ZONES COMERCIALS

S'ha demanat als entrevistats si acostumen a comprar a alguna zona comercial de Barcelona i, en cas positiu, a quina zona acostumen a anar.

Les zones comercials més freqüentades es troben ubicades al centre de la ciutat, així un 14,4% diu que sol anar a comprar a l'Eix Comercial de Barnacentre juntament amb El Corte Inglés de Plaça Catalunya.

Un altre 12,7% dels consultats acostuma a comprar a la Rambla Catalunya i/o al Centre Comercial El Triangle i un 10,7% ho fa a l'Illa Diagonal i/o El Corte Inglés de Diagonal.

Altres zones comercials citades també ubicades al centre de la ciutat són el Passeig de Gràcia (6,8%) o Les Rambles (3,4%).

També són força citats alguns centres comercials, com el de Glòries (7,5%), La Maquinista (6,8%) o Diagonal Mar (6,7%).

Per darrera, s'esmenten els diferents eixos comercials repartits pels barris de la ciutat, com ara Gran de Gràcia (3,1%), l'Eix de Sants – Creu Coberta (2,7%), el de Sant Andreu (2,6%) o els Bulevards de Nou Barris (2,0%).

Amb freqüències inferiors al 2,0% els entrevistats han esmentat l'Eix comercial d'Horta, la dreta de l'Eixample, Sant Antoni Centre Comercial, el Poble Nou o l'Eix Sants – Les Corts, entre altres.

Un 32,9% diu no anar a comprar mai a cap zona comercial de la ciutat.

Evolució: S'observa una reducció dels que diuen no anar a comprar a cap zona comercial perquè en aquesta onada s'han inclòs, a més dels eixos comercials, els que van a comprar als centres comercials de la ciutat.

En general, les zones comercials en les que els barcelonins diuen anar a comprar es mantenen similars a consultes anteriors.

COMPRA A ZONES COMERCIALS

P5.- ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA ACOSTUMA A COMPRAR?

• Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2003. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

* Fins al desembre de 2009, la categoria "Barnacentre – El Corte Inglés (Pl. Catalunya)" era "Barnacentre" i no incloïa les mencions referents al centre comercial.

** Fins al desembre de 2009, la categoria "Diagonal – Illa – El Corte Inglés (Diagonal)" era "Diagonal – Illa" i no incloïa les mencions als centres comercials.

***Fins al desembre de 2009, la categoria "Rambla Catalunya – El Triangle" era "Rambla Catalunya" i no incloïa les mencions al centre comercial.

	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.)*	17,0	7,6	14,8	14,9	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7	14,3	16,0	15,8	13,3	14,4
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE***	15,7	16,5	14,2	14,5	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0	11,5	11,1	11,4	8,0	12,7
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL)**	11,9	10,0	8,3	9,3	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9	8,5	12,4	10,8	11,4	10,7
GLÒRIES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,5
PASSEIG DE GRÀCIA	10,4	12,0	12,2	10,1	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6	8,9	5,7	6,9	7,3	6,8
LA MAQUINISTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,8
DIAGONAL MAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,7
LES RAMBLES	3,5	5,9	4,0	2,9	3,1	4,4	4,6	3,2	2,7	3,7	2,1	4,1	2,6	4,1	3,4
GRAN DE GRÀCIA	6,3	3,0	3,9	3,6	3,0	4,2	3,9	3,3	3,7	4,0	3,8	4,1	3,4	3,1	3,1
SANTS-CREU COBERTA	7,3	4,7	5,6	5,7	7,4	6,9	7,4	3,5	3,5	4,7	5,5	5,3	4,4	3,2	2,7
L'EIX DE SANT ANDREU	5,8	3,6	4,0	4,1	3,3	5,3	4,1	4,1	4,9	3,3	3,9	5,4	4,3	4,0	2,6
BULEVARDS DE NOU BARRIS	2,5	1,4	2,3	2,0	1,6	2,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,6	3,7	1,6	2,5	2,0
L'EIX HORTA	1,7	1,2	1,7	2,2	3,0	1,4	0,8	0,7	1,2	1,3	1,1	2,3	1,4	1,4	1,7
DRETA DE L'EIXAMPLE	2,5	1,3	2,7	2,1	3,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,9	1,4	1,9	1,1	1,7	1,6
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	3,9	3,2	2,8	1,0	2,0	3,7	2,1	1,6	3,2	1,9	1,9	2,4	1,9	1,7	1,4
POBLE NOU	1,6	1,4	1,7	0,9	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2	1,4	2,6	0,6	1,9	1,3
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9	1,2
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7
GRÀCIA NOVA	1,1	0,4	1,4	1,2	0,8	0,8	0,3	0,5	1,2	0,6	1,2	0,3	0,2	1,0	0,6
SARRIÀ	1,3	1,3	0,5	1,1	0,8	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,5	0,7	0,9	0,6
BARNAVASI-GALVANY	0,6	0,3	0,2	0,4	0,2	0,3	0,1	1,3	0,3	0,1	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6
DE PALAU A PALAU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
HERON CITY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5
SAGRADA FAMÍLIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4
L'EIX MARAGALL	1,3	1,3	0,5	1,0	1,1	0,6	0,3	0,3	0,9	0,9	0,5	1,0	1,4	0,5	0,3
EIX DEL CLOT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3
HIPERCOR MERIDIANA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2
MAREMÀGNUM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
NOU DRASSANES	0,3	-	0,3	0,3	0,2	-	-	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	1,1	0,1	-
ALTRES ZONES COMERCIALS PRÒXIMES A BARCELONA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3
ALTRES	-	-	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-	2,7	-	2,8
NO ACOSTUMO ANAR-HI	34,9	45,5	37,9	44,0	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0	47,0	36,8	43,0	45,1	32,9
NS-NC	0,1	0,3	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5	1,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

P5. **N** 1000

R Espontània. Suma de les dues respostes



COMPRA A ZONES COMERCIALS

P6.- QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR A AQUESTA ZONA COMERCIAL?

La roba i el calçat són els productes que més es compren a les zones comercials a les que es desplacen els barcelonins per realitzar les seves compres, així ho diuen el 71,8% de les respostes per la primera zona comercial citada i el 74,7% de la segona.

A molta distància els barcelonins també s'hi desplacen per comprar aliments (25,6% a la primera zona citada i 13,6% a la segona), productes relacionats amb l'oci (llibres, música, jocs,...) (un 22,3% a la primera zona citada i un 27,2% a la segona) i parament per la llar (11,5% i 14,6%), entre altres productes citats amb menys freqüència.

Evolució: La roba i el calçat es manté com el principal producte que es compra a les zones comercials de la ciutat.

Primera Zona

	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
ROBA, CALÇAT	78,5	77,7	79,4	74,6	76,6	79,0	75,4	76,5	74,1	69,6	78,3	70,8	78,6	76,8	71,8
ALIMENTS	17,5	10,5	15,9	14,7	13,9	12,8	16,5	8,1	22,6	17,4	17,4	27,3	21,2	26,2	25,6
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS...)	28,6	24,5	25,1	23,2	26,4	21,3	17,9	28,3	16,8	20,7	28,6	27,6	28,2	22,8	22,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	10,0	10,0	11,4	7,0	7,8	8,1	7,2	5,0	9,4	8,4	10,2	15,2	8,3	12,2	12,9
PARAMENT DE LA LLAR	10,2	5,5	11,3	8,1	12,0	8,4	6,0	8,6	6,8	4,1	8,6	8,7	11,0	10,1	11,5
DE TOT															2,4
ALTRES	0,6	1,1	0,3	0,5	0,7	0,7	1,9	0,5	1,0	1,5	1,0	0,2	0,4	1,5	1,2
NS-NC	0,2	0,6	0,3	1,1	0,0	0,5	1,4	0,5	0,0	0,2	0,0	0,6	0,2	-	11,7
N	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)

Segona Zona

	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
ROBA, CALÇAT	67,3	60,8	76,8	58,1	61,5	69,4	59,1	65,6	59,5	63,7	73,5	76,9	74,3	72,4	74,7
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS...)	41,8	34,0	30,0	32,3	37,7	27,8	26,9	26,5	26,0	24,5	29,2	34,1	30,4	33,3	27,2
PARAMENT DE LA LLAR	11,1	9,6	12,6	18,4	14,6	11,1	10,4	12,2	13,2	6,4	10,3	9,2	13,1	7,7	14,6
ALIMENTS	7,1	7,7	6,3	4,6	4,5	3,7	6,2	4,8	6,6	6,4	9,7	15,7	10,5	15,4	13,6
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	8,1	6,7	6,8	5,5	4,0	6,0	6,7	4,8	7,5	13,2	4,9	8,7	6,3	9,0	7,0
DE TOT															0,6
ALTRES	0,7	0,5	0,5	0,0	0,0	1,9	2,6	1,1	1,3	0,5	0,0	0,0	2,6	-	1,6
NS-NC	0,0	0,0	0,5	0,9	0,0	0,9	2,6	1,1	0,0	0,0	1,6	1,3	1,0	-	1,6
N	(297)	(209)	(190)	(217)	(247)	(216)	(193)	(189)	(227)	(204)	(185)	(229)	(191)	(156)	(316)

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2003. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

- P6. **B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial
N 660
R Suma de les dues respostes



VALORACIÓ DE LES ZONES COMERCIALS

P7.- QUE ÉS EL QUE MÉS VALORA DE LES ZONES COMERCIALS ON VA A COMPRAR?

La varietat és l'aspecte que més es valora de la zona comercial on els barcelonins van a comprar (42,7%).

En segon lloc, la proximitat és el segon aspecte més ben valorat (27,6%), força per davant de la concentració de botigues (7,9%), l'espai (6,2%), el tipus de botigues (5,8%), la possibilitat de combinar passeig i compra (4,1%), el preu (3,8%), la qualitat (3,5%), el tracte al client (3,3%) o el tipus de productes (3,0%), entre altres citats amb menor freqüència.

Evolució: La varietat continua sent l'aspecte més valorat pels barcelonins de la zona comercial on acostuma a comprar, però s'observa un important increment de les mencions a la proximitat.

	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
VARIETAT	52,0	54,1	52,7	50,4	57,8	51,3	45,1	47,0	46,2	44,8	37,8	39,7	50,6	44,6	42,7
PROXIMITAT	20,3	15,5	20,1	19,1	16,3	16,1	14,8	14,0	17,0	18,3	22,1	19,5	16,3	19,5	27,6
CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	8,6	5,4	6,4	5,9	3,9	4,4	5,5	7,0	7,3	2,8	12,9	14,7	6,8	9,2	7,9
L'ESPAI	5,5	7,7	5,6	3,1	4,4	6,9	3,6	3,8	3,3	6,7	3,1	3,1	4,5	3,7	6,2
TIPUS DE BOTIGUES	5,7	5,5	6,1	3,6	5,6	3,7	3,6	5,0	4,0	6,3	6,3	4,2	6,1	6,7	5,8
PASSEIG I COMPRA	6,2	2,2	2,9	2,7	4,2	1,7	3,6	2,7	1,7	1,1	5,3	5,2	3,8	3,2	4,1
PREU	3,5	4,4	3,1	7,7	10,5	5,0	5,9	8,8	7,7	6,0	4,9	3,4	1,8	2,1	3,8
QUALITAT	10,6	6,5	5,6	9,9	7,1	6,7	5,7	5,9	7,5	6,2	2,7	3,9	4,5	1,9	3,5
TRACTE AL CLIENT	4,5	5,7	2,6	10,6	5,4	4,9	7,2	7,0	6,5	6,5	3,1	4,0	4,1	3,9	3,3
AMBIENT	6,9	11,1	7,2	4,0	4,1	6,9	6,0	2,5	3,1	4,9	3,3	4,5	3,9	3,4	3,0
TIPUS DE PRODUCTES	4,8	4,1	3,5	4,7	7,6	3,7	5,5	5,2	3,5	6,0	4,3	3,1	1,4	1,7	3,0
APARCAMENT	0,9	0,4	0,6	0,9	0,7	0,7	0,2	0,5	0,9	0,6	0,6	0,6	0,5	1,3	2,6
COSTUMS I CONEIXEMENT	5,2	1,1	2,1	2,2	2,0	2,5	2,1	2,2	2,3	1,5	2,5	1,8	1,4	2,8	2,3
COMODITAT	1,5	3,3	2,9	3,2	3,9	2,3	2,9	2,5	3,1	2,4	1,6	3,2	5,4	2,4	2,0
TRANQUIL·LITAT	2,0	0,9	0,6	0,4	0,2	1,0	-	1,8	2,1	2,1	3,9	2,3	1,8	1,7	2,0
UBICACIÓ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,0
BEN COMUNICAT	2,3	3,9	2,3	2,7	3,7	2,2	1,2	2,5	4,2	2,6	5,3	4,2	3,2	4,5	1,4
SERVEIS	0,9	0,2	0,5	0,5	0,7	0,7	1,4	0,2	0,9	0,9	1,0	0,3	0,4	0,2	0,8
HORARI	0,2	0,9	0,2	0,5	0,8	-	1,0	0,2	-	0,2	0,4	0,6	0,4	0,4	0,5
LLIBERTAT D'ELECCIÓ	0,9	0,2	0,5	0,2	0,3	0,5	0,3	0,4	0,5	0,4	0,8	0,3	0,2	1,1	0,2
FORMA DE PAGAMENT	-	-	0,2	0,2	-	-	0,2	-	-	-	-	-	-	0,2	-
TOT	0,2	1,7	1,4	2,3	0,3	0,7	0,7	0,4	0,5	-	1,6	0,5	1,4	1,9	2,0
RES	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,3	-	-	-	0,2	-
ALTRES	0,8	1,5	1,1	0,4	1,5	2,2	3,4	3,2	-	-	-	1,0	1,6	-	1,2
NS-NC	1,2	1,5	1,3	2,7	0,3	1,3	1,7	1,4	1,4	1,1	2,7	4,5	2,0	3,2	4,5
N	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2003. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

- P7. **B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial
N 660
R Suma de les dues respostes



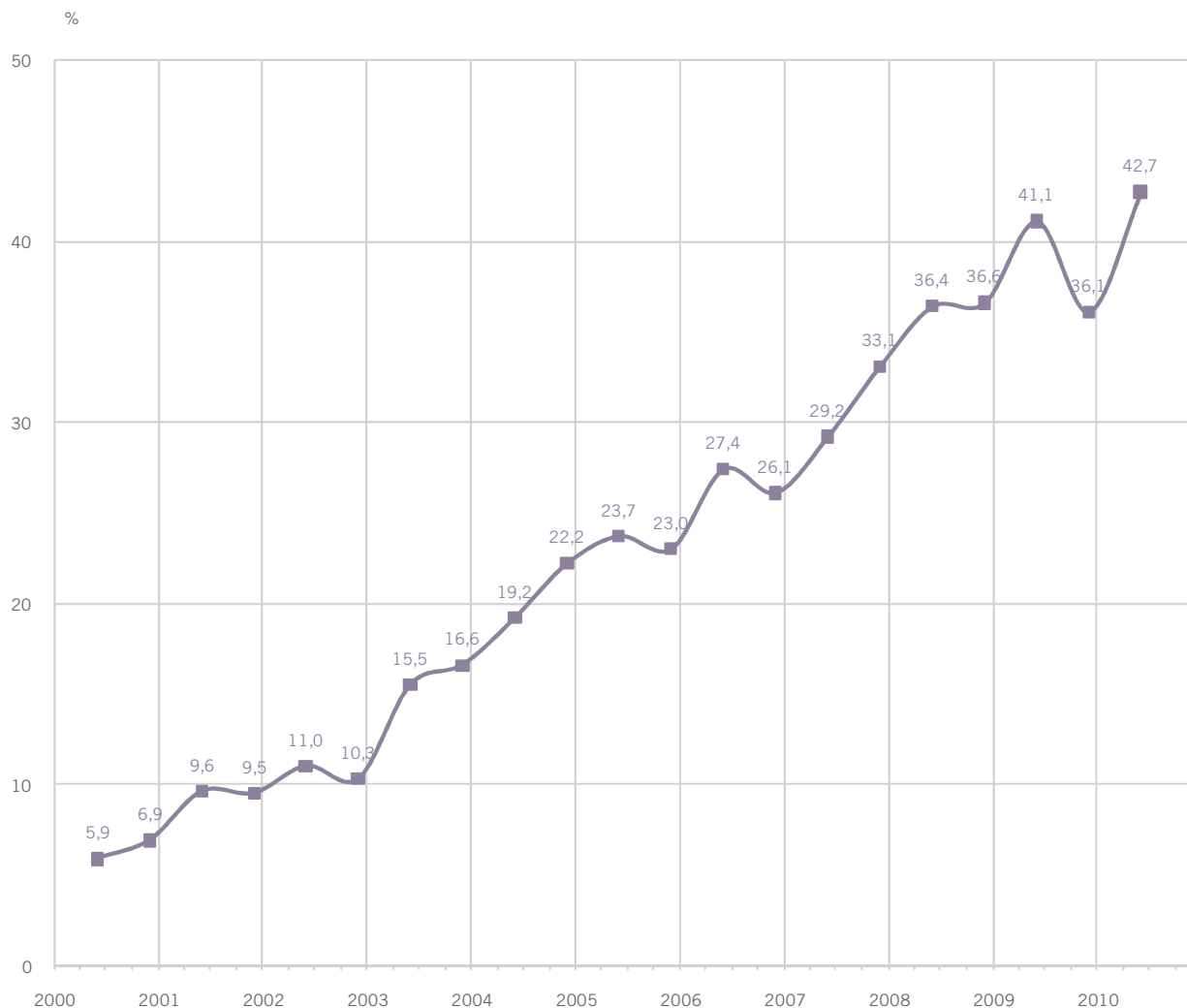
COMPRA PER INTERNET

P8.- HA COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET?

El 42,7% dels barcelonins diu haver comprat alguna vegada per internet.

Els homes (49,0%) més que no pas les dones (37,1%), però sobretot les persones que tenen entre 25 i 34 anys (74,6%), i en menor mesura entre 35 i 44 anys (66,3%), i les que tenen un nivell d'estudis més alt (63,4%) són les que més diuen haver utilitzat internet per comprar alguna cosa.

Evolució: Després del retrocés de la passada consulta, tornen a incrementar els que diuen haver comprat alguna vegada per internet seguint així amb la tendència general del conjunt de la sèrie, i assolint en aquesta consulta un nou rècord.



P8. N 1000



COMPRA PER INTERNET

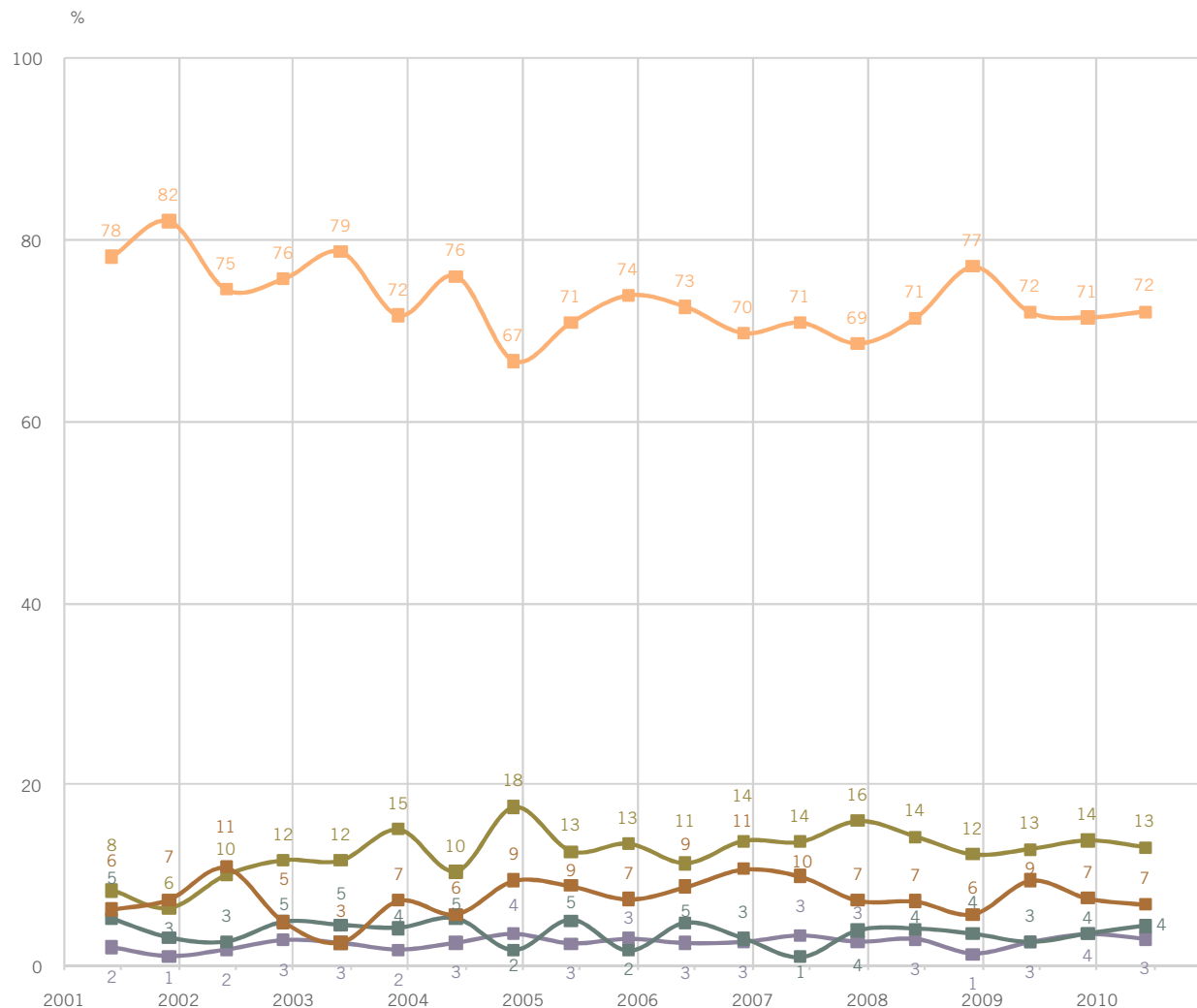
P9.- AMB QUINA FREQUÈNCIA ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET?

Entre els consultats que diuen haver comprat alguna vegada per internet, la majoria ho fa de manera ocasional (72,1%).

Un 6,8% compra per internet cada dos mesos i un 13,1% ho fa mensualment.

El 7,5% restant compra per internet amb major freqüència: el 4,4% cada quinze dies i un 3,0% cada setmana.

Evolució: La gran majoria dels que compren per internet ho continuen fent de manera ocasional.



P9. **B** Han comprat alguna vegada per Internet
N 427

- Setmanalment
- Cada quinze dies
- Mensualment
- Cada dos mesos
- Ocasionalment



COMPRA PER INTERNET

P10.- QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET?

Els productes d'oci continuen sent els que més es compren per internet. Així, un 30,9% diu que compra a través d'aquest mitjà serveis relacionats amb els viatges, un 17,3% llibres, un 10,3% entrades per a espectacles i un 7,5% música, entre altres productes i serveis d'oci.

Un altre 20,8% diu que sol comprar per internet els productes i serveis relacionats amb la informàtica i la telefonia, un 20,4% acostuma a comprar-hi roba i calçat i un 14,8% aliments.

Amb menor freqüència, un 6,3% hi compra productes de parament de la llar i un 5,6% altres productes quotidians, entre altres citats amb menor freqüència.

Evolució: En relació a la passada consulta s'observa certa reducció de la compra de productes d'oci per internet i s'obté en aquesta consulta el valor més baix des de l'inici de la sèrie. Per contra continuen a l'alça les mencions a les compres de roba i calçat a través de la xarxa.

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2003. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CDS, JOCS..)	71,6	69,3	77,1	76,6	83,1	79,6	82,5	82,0	82,9	71,3	81,3	92,1	76,6	77,8	68,6
VIATGES	21,3	22,3	41,7	36,0	41,4	36,5	42,3	41,4	44,5	10,9	42,9	40,4	36,7	34,3	30,9
LLIBRES	23,9	18,7	10,4	18,5	12,2	13,5	18,6	16,5	13,7	-	15,1	13,9	14,6	13,3	17,3
ENTRADES ESPECTACLES	5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8	11,6	-	12,4	14,5	9,5	11,9	10,3
MÚSICA	14,2	12,7	8,3	5,9	11,4	10,4	8,8	9,2	9,2	-	7,4	10,4	9,0	8,9	7,5
ALTRES LLEURE	6,5	4,2	5,2	7,7	7,2	9,6	4,0	6,1	3,8	-	3,6	12,8	6,8	9,4	2,6
INFORMÀTICA I TELEFONIA	14,8	16,9	13,5	11,3	7,6	23,0	11,7	15,7	18,2	6,9	12,9	17,2	13,9	19,4	20,8
ROBA, CALÇAT	4,5	4,2	3,6	4,1	5,5	7,4	6,2	5,7	5,8	6,9	7,1	12,3	15,6	15,0	20,4
ALIMENTS	22,6	21,7	14,6	21,6	23,2	13,0	16,8	17,2	9,9	17,2	17,9	12,6	16,8	16,1	14,8
PARAMENT DE LA LLAR	0,6	4,8	2,6	3,6	2,1	3,5	2,6	1,5	3,4	2,1	5,8	3,6	6,1	3,9	6,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,7	6,6	4,2	5,9	7,6	3,5	4,0	4,2	5,5	2,7	7,7	3,6	5,6	5,0	5,6
PER AL COTXE	1,3	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	3,9	2,4	2,1	2,7	3,0	3,0	10,2	6,5	5,1	4,5	0,5	0,5	1,5	1,4	6,1
NS-NC	0,0	0,0	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,6	0,3	-	-	0,8	0,2
N	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)	(427)

P10. **B** Han comprat alguna vegada per Internet

N 427

R Suma de les dues respostes



TAULES D'EVOLUCIÓ

TAULES D'EVOLUCIÓ

1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ELS ALIMENTS*

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A LA BOTIGA DEL BARRI	14,4	16,0	13,2	21,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	1,6	1,5	0,9	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	15,8	16,7	15,6	16,3	13,3	13,1	15,0	16,2	15,6	14,8	16,0	13,1	14,5	15,1	14,5
AL MERCAT MUNICIPAL	34,4	28,6	29,0	25,1	33,1	30,8	27,4	24,8	26,5	27,0	24,9	29,3	22,0	24,1	23,6	21,9	23,6	16,9	15,0
AL SUPERMERCAT	41,3	43,9	48,9	43,2	43,9	43,7	49,0	50,7	52,0	52,3	51,8	47,3	56,0	54,7	52,0	56,6	54,1	59,7	60,7
A L'HIPERMERCAT	3,5	5,0	5,2	4,7	3,0	3,6	4,6	4,3	3,9	3,8	4,5	4,1	3,1	4,0	4,8	3,2	3,8	4,4	4,1
AL GRAN MAGATZEM	1,2	1,5	0,8	2,0	1,5	1,3	0,7	1,6	1,2	1,5	0,8	1,0	1,2	1,0	1,0	1,1	1,1	1,6	1,1
ALS CENTRES COMERCIALS	2,0	2,7	1,7	2,2	2,5	3,2	1,3	1,9	2,5	2,1	2,3	1,5	1,7	1,1	1,7	2,7	1,8	1,2	2,1
ALTRES	0,9	0,2	0,1	0,3		0,2			0,2	0,1	0,2			0,1	0,1	0,2	0,4		0,1
CAP / NO COMPRA																			0,7
NO SAP	0,7	0,6	0,2	0,5	0,1	0,5	1,3	0,4	0,4	-	0,5	0,6	0,4	0,2	0,6	1,2	0,9	0,9	1,7
NO CONTESTA	-	-	-	0,1	0,1	-	0,1	-	-	0,1	-	-	-	-	0,2	-		0,2	
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

* EL JUNY DE 2009 ES VA PREGUNTAR PER SEPARAT L'ALIMENTACIÓ FRESCA I LA RESTA DELS ALIMENTS. LES DADES DE JUNY DE 2009 ES VAREN OBTENIR A PARTIR D'UNA MITJANA DE LES DADES PER L'ALIMENTACIÓ FRESCA I LA RESTA D'ALIMENTS

1.- I L'ALIMENTACIÓ FRESCA?

%	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	18,9	22,1	26,3
AL MERCAT MUNICIPAL	41,9	46,1	44,1
AL SUPERMERCAT	33,6	28,0	25,1
A L'HIPERMERCAT	2,5	1,8	0,9
AL GRAN MAGATZEM	0,8	0,5	0,5
ALS CENTRES COMERCIALS	1,1	0,5	0,7
ALTRES	0,1	0,1	0,1
CAP / NO COMPRA			0,7
NO SAP	1,1	0,6	1,2
NO CONTESTA		0,3	0,4
N	(1000)	(1000)	(1000)

1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ (NO ALIMENTS)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A LA BOTIGA DEL BARRI	17,0	20,4	20,1	29,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	7,4	6,7	9,8	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	26,7	26,2	23,7	26,4	21,9	26,1	25,9	21,2	26,4	28,1	24,9	24,5	23,7	17,3	16,5
AL MERCAT MUNICIPAL	2,4	2,8	3,6	3,0	2,8	2,8	2,6	5,2	3,4	3,1	3,1	5,4	2,8	3,4	3,1	3,6	1,1	1,6	0,9
AL SUPERMERCAT	61,9	55,5	55,1	44,1	58,3	56,2	62,3	55,9	61,7	58,1	57,9	61,6	59,1	59,6	59,9	58,5	62,7	70,5	72,3
A L'HIPERMERCAT	4,5	6,5	6,0	6,1	4,3	5,8	6,1	5,9	5,5	4,9	6,0	5,4	4,6	3,7	4,4	3,7	4,6	5,4	4,3
AL GRAN MAGATZEM	2,1	2,6	2,0	5,2	3,1	3,3	2,3	1,9	2,5	3,6	1,8	1,9	3,0	2,4	2,2	2,9	2,8	2,2	2,3
ALS CENTRES COMERCIALS	3,0	4,3	2,9	3,8	4,4	4,9	1,3	4,1	4,1	3,3	3,6	3,3	3,5	2,2	3,8	5,4	3,6	1,9	1,9
ALTRES	1,0	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,5	0,3	0,2	0,1		0,2	0,2	0,5	0,4	0,2	
CAP / NO COMPRA																			0,8
NO SAP	0,7	1,0	0,4	0,6	0,1	0,7	1,4	0,5	0,4	0,6	1,5	1,0	0,5	0,4	1,3	0,9	1,1	0,6	0,8
NO CONTESTA	-	-	-	0,1	0,2	-	0,1	-	-	-	-	0,1	0,1	-	0,2	-		0,3	0,2
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA A UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ELS ALIMENTS*

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A PEU	86,4	84,5	87,3	81,8	85,2	83,5	83,2	81,2	83,2	81,8	80,3	82,9	82,9	86,0	80,1	81,7	81,9	83,8	83,8
METRO	0,9	2,1	1,4	2,7	1,7	2,2	3,2	2,9	2,4	2,6	2,6	2,1	1,4	2,0	1,2	1,6	2,1	1,7	0,5
AUTOBÚS	1,3	2,1	1,5	3,1	2,4	2,3	2,2	3,3	2,2	2,5	2,7	2,8	3,3	1,8	2,0	2,0	1,9	1,6	1,4
TAXI	-	-	-	0,2	0,1	-	-	-	0,2	-	-	-	0,1	0,3	0,2	-	0,1	0,1	
TREN	0,2	-	0,1	0,1	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	-	0,1	0,1	0,1	-	0,1	0,1	
MOTO	0,5	0,7	0,6	1,0	0,9	0,3	1,0	1,1	1,0	1,1	1,2	1,0	1,7	0,8	1,9	1,4	1,1	0,9	1,6
COTXE	8,4	9,4	9,0	10,2	9,3	10,7	9,0	10,5	9,8	11,6	11,9	10,1	9,6	8,4	13,0	12,1	10,7	10,5	10,0
BICICLETA PARTICULAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,1	0,2	0,2	0,5	0,1	0,2
BICING																			0,1
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	
ALTRES	1,6	0,5	0,1	0,8	0,3	0,6	0,3	0,7	0,8	0,2	0,8	0,5	0,3	0,1	0,4	0,5	0,6	0,7	1,1
CAP / NO COMPRA																			0,7
NO SAP	0,7	0,7	-	0,1	-	0,4	1,1	0,2	0,3	-	0,4	0,6	0,2	-	0,5	0,4	1,0	0,3	0,6
NO CONTESTA	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	0,1	-	-	-	0,4	0,4	0,1	0,2	0,1	
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

* EL DE 2009 ES VA PREGUNTAR PER SEPARAT L'ALIMENTACIÓ FRESCA I LA RESTA DELS ALIMENTS. LES DADES DE JUNY DE 2009 ES VAREN OBTENIR A PARTIR D'UNA MITJANA DE LES DADES PER L'ALIMENTACIÓ FRESCA I LA RESTA D'ALIMENTS

TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: L'ALIMENTACIÓ FRESCA

%	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A PEU	84,4	87,3	87,0
METRO	1,9	2,0	0,8
AUTOBÚS	2,0	1,8	1,3
TAXI	0,2	0,1	
TREN	0,1		0,1
MOTO	1,3	1,2	1,4
COTXE	8,2	6,5	6,9
BICICLETA PARTICULAR	0,4	0,2	0,2
BICING			0,2
TRAMVIA		0,1	
ALTRES	0,3	0,3	0,5
CAP / NO COMPRA			0,7
NO SAP	1,0	0,3	0,7
NO CONTESTA	0,2	0,2	0,2
N	(1000)	(1000)	(1000)

2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ (NO ALIMENTS)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A PEU	83,6	80,6	87,0	76,4	81,4	79,2	80,6	78,2	79,3	78,5	78,9	79,7	78,3	83,4	79,1	79,1	80,2	84,0	83,7
METRO	1,9	3,1	1,3	5,4	3,4	3,0	2,5	3,4	3,3	3,4	3,1	2,4	3,0	2,9	1,6	2,9	2,8	0,9	0,5
AUTOBÚS	1,3	2,8	1,0	4,8	2,6	3,7	3,1	3,5	2,9	2,6	3,3	3,4	5,0	2,3	2,2	3,6	1,8	1,5	1,2
TAXI	0,2	-	0,1	0,1	0,1	-	0,1	0,2	0,2	0,1	-	-	0,1	-	0,2		0,2	0,1	0,1
TREN	-	-	-	-	-	-	0,2	0,2	-	0,3	0,3	-	-	0,1	-		0,1		
MOTO	0,7	0,9	0,8	1,1	1,5	0,7	1,2	1,5	1,5	1,3	0,7	1,2	1,8	0,8	1,9	1,7	0,8	1,0	1,1
COTXE	10,1	11,5	9,5	10,8	10,3	12,2	10,7	11,7	11,5	13,4	11,8	11,3	10,6	9,5	12,7	11,2	11,4	10,8	10,1
BICICLETA PARTICULAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,2	0,3	0,5	0,5	0,2	0,1
BICING																			0,1
TRAMVIA																			0,1
ALTRES	1,5	0,2	0,2	1,0	0,4	0,8	0,5	0,9	1,0	0,1	1,0	0,9	0,4	0,2	0,4	0,8	0,9	0,8	1,3
CAP / NO COMPRA																			0,8
NO SAP	0,7	0,9	0,1	0,2	0,1	0,4	1,1	0,4	0,3	0,3	0,9	1,0	0,3	0,1	1,3	0,2	1,2	0,5	0,7
NO CONTESTA	-	-	-	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	0,1	-	0,5	0,3		0,1	0,1	0,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: LA ROBA I EL CALÇAT

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A LA BOTIGA DEL BARRI	33,7	31,1	26,8	35,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	39,8	40,2	48,4	34,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	72,3	60,7	65,5	63,3	67,4	65,6	60,4	61,7	63,4	59,0	56,9	51,0	56,5	51,4	52,3
AL MERCAT MUNICIPAL	0,9	1,0	1,1	0,8	0,7	1,4	1,4	1,1	0,8	1,2	0,4	1,3	1,1	1,8	0,7	1,1	1,3	1,0	0,5
AL SUPERMERCAT	0,2		0,7	0,8	0,2	0,5	0,3	0,9	0,4	0,4	0,4	0,3	0,8	0,8	0,5	0,6	0,4	0,2	0,3
A L'HIPERMERCAT	1,1	1,3	1,5	1,0	1,2	1,9	1,4	1,6	1,6	1,0	1,3	0,7	1,6	1,9	1,4	1,3	1,3	1,0	0,6
AL GRAN MAGATZEM	11,4	11,5	10,3	12,0	11,1	12,1	9,3	12,4	10,2	12,0	11,7	11,4	12,1	10,6	12,0	15,2	12,9	16,0	13,2
ALS CENTRES COMERCIALS	11,0	12,9	9,3	13,2	12,9	18,2	19,8	18,5	17,4	17,1	22,4	23,2	19,9	23,5	24,1	26,2	24,3	26,5	27,6
ALTRES	1,0	1,0	0,4	2,0	0,3	2,2	0,7	1,0	1,3	1,8	1,6	0,5	0,3	1,0	1,2	0,3	0,9	1,3	1,1
NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	1,0
NO SAP	0,9	0,9	1,3	1,0	0,7	2,5	1,5	1,1	0,9	0,8	1,7	0,9	0,7	1,3	2,8	3,4	2,2	2,2	2,7
NO CONTESTA	-	0,1	0,2	0,1	0,6	0,5	0,1	0,1	-	0,1	0,1	-	0,1	0,1	0,4	0,3	0,2	0,4	0,7
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A LA BOTIGA DEL BARRI	32,7	28,9	25,7	36,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	30,4	33,0	37,9	22,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	63,1	51,5	55,3	55,7	54,7	56,7	55,1	59,8	52,4	52,8	46,8	44,7	48,3	44,3	45,6
AL MERCAT MUNICIPAL	0,4	0,8	0,8	0,7	0,5	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	0,9	0,9	0,8	1,0	0,4	0,7	0,5	0,4	0,3
AL SUPERMERCAT	2,6	5,9	4,5	7,5	3,2	7,4	7,4	5,5	7,9	8,2	5,9	4,5	12,0	10,1	8,2	7,5	6,1	6,4	4,9
A L'HIPERMERCAT	2,1	3,3	4,1	4,1	3,4	3,5	5,3	3,3	4,4	4,3	4,3	3,3	3,3	3,9	3,8	3,5	3,6	3,6	2,1
AL GRAN MAGATZEM	12,9	10,9	12,8	12,1	11,5	12,4	9,2	12,0	11,5	11,4	10,3	11,1	12,5	11,3	14,0	14,2	15,1	18,8	17,9
ALS CENTRES COMERCIALS	11,5	11,1	8,4	11,0	14,8	16,0	13,5	17,4	15,7	14,3	17,6	16,4	16,3	15,7	18,2	19,1	17,3	18,4	19,7
ALTRES	2,5	0,9	0,6	1,8	0,3	0,9	0,6	1,0	1,5	0,5	1,5	0,6	0,2	0,7	0,6	0,7	2,6	1,3	0,1
NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	-	2,9
NO SAP	4,9	4,8	5,0	3,5	2,1	6,8	7,8	4,1	2,8	3,1	4,1	3,4	2,3	4,3	6,8	4,8	6,0	5,6	5,4
NO CONTESTA	-	0,4	0,2	0,4	1,1	0,9	0,2	-	0,3	0,2	0,3	-	0,2	0,2	1,2	1,5	0,5	1,2	1,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A LA BOTIGA DEL BARRI	24,0	21,4	20,5	26,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	40,2	41,7	45,4	33,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	65,9	53,9	63,8	53,4	58,2	56,5	57,7	58,1	57,3	54,8	56,0	50,3	51,7	51,0	54,3
AL MERCAT MUNICIPAL	0,2	0,1	0,4	0,6	0,3	0,4	0,6	0,4	0,2	0,2	0,3		0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,3	0,1
AL SUPERMERCAT	0,4	0,4	0,8	1,5	0,6	1,0	0,6	1,5	0,9	1,1	1,0	1,1	1,0	1,3	0,6	1,0	1,0	1,2	1,0
A L'HIPERMERCAT	1,7	2,4	1,8	1,7	1,3	1,9	2,2	3,4	2,7	2,8	2,6	1,5	2,6	3,5	1,2	1,5	2,4	1,3	0,9
AL GRAN MAGATZEM	11,9	12,0	12,1	13,6	11,5	11,8	9,3	13,4	11,0	14,1	10,7	11,9	12,8	11,8	12,0	13,7	14,3	16,6	12,9
ALS CENTRES COMERCIALS	13,6	14,8	10,5	12,5	15,5	20,4	16,2	20,9	20,2	19,5	19,5	21,2	20,4	21,7	21,9	22,2	21,5	18,9	18,9
ALTRES	2,7	1,2	1,9	3,5	0,5	1,8	2,0	2,6	2,6	1,6	3,0	0,8	0,9	1,9	1,2	1,4	3,4	3,9	1,8
NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3	-	-	3,5
NO SAP	5,0	5,1	6,3	5,8	2,0	7,9	5,0	4,4	3,3	3,5	4,8	5,3	3,8	4,3	5,4	3,7	5,3	5,4	4,9
NO CONTESTA	0,3	0,9	0,3	0,9	2,4	0,9	0,3	-	0,9	0,7	0,4	0,1	0,9	0,4	1,4	1,7	0,3	1,4	1,7
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

4.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: LA ROBA I EL CALÇAT

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A PEU	58,7	53,8	57,1	50,9	58,3	53,2	57,7	51,1	52,7	53,1	52,7	54,5	54,1	52,2	47,4	45,1	44,2	46,5	46,4
METRO	17,0	19,5	17,8	21,1	15,0	16,8	15,0	16,3	19,4	16,6	15,9	15,2	17,4	17,5	18,6	21,5	23,0	21,0	17,7
AUTOBÚS	9,1	10,7	9,3	11,4	9,8	10,2	10,1	9,8	9,4	11,8	11,5	10,6	12,0	10,4	11,3	12,3	12,2	13,1	11,7
TAXI	0,4	0,4	0,7	0,6	0,1	0,8	0,1	0,6	0,4	0,4	0,5	0,3	0,6	0,5	0,4		0,7	0,6	0,2
TREN	0,2	-	0,6	0,2	0,6	0,3	0,3	1,2	0,5	0,3	0,5	-	0,1	0,4	0,4	0,2	0,8	0,3	0,4
MOTO	2,8	3,0	2,9	3,0	4,0	4,0	3,1	4,2	3,4	4,1	2,2	4,0	3,6	3,6	4,2	4,0	4,4	5,0	5,2
COTXE	10,1	11,9	10,6	11,3	10,8	11,5	12,3	15,3	12,9	12,7	14,1	14,2	11,3	13,5	14,1	13,4	12,1	10,9	13,8
BICICLETA PARTICULAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	1,1	1,1	0,8	0,5	0,8	0,3
BICING																			0,4
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-			0,4	0,4
ALTRES	0,8	0,2	0,3	0,9	0,1	0,8	0,2	0,4	0,8	0,3	1,4	0,5	-	-	0,6	0,5	0,6	0,5	0,2
CAP / NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8			1,0
NO SAP	0,9	0,4	0,6	0,4	0,7	2,1	1,1	0,9	0,5	0,4	1,2	0,7	0,3	0,8	1,4	0,7	1,3	0,7	1,8
NO CONTESTA	-	0,1	0,1	0,2	0,6	0,3	0,1	0,2	-	0,3	-	-	0,1	-	0,5	0,7	0,2	0,2	0,5
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

4.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A PEU	56,7	54,0	56,2	53,3	57,0	53,3	60,7	51,7	52,7	55,5	53,9	56,2	55,8	57,7	49,9	50,6	48,6	50,2	46,4
METRO	13,2	15,2	14,4	15,9	13,8	12,8	8,7	12,7	14,9	12,3	10,9	11,6	13,3	12,1	12,3	11,6	15,4	13,9	12,7
AUTOBÚS	7,8	8,0	8,6	9,1	9,0	7,7	6,7	10,0	7,6	9,3	9,9	8,6	10,1	7,5	8,0	8,8	8,5	8,2	8,2
TAXI	0,2	0,5	0,3	0,4	0,2	0,5	0,2	0,5	0,5	0,3	0,4	0,4	0,6	0,2	0,4	0,3	0,7	0,7	0,4
TREN	0,5	0,1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3	0,3	0,1	-	0,3	0,4		0,4	0,1	0,2
MOTO	2,3	2,0	1,9	2,4	2,9	2,9	1,7	3,6	3,0	2,6	2,4	3,3	2,3	2,7	2,5	2,3	1,7	2,6	3,1
COTXE	13,1	14,7	13,8	13,7	13,6	15,1	13,7	16,6	17,2	16,1	16,8	16,0	15,4	14,9	18,8	18,0	17,5	18,4	20,4
BICICLETA PARTICULAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	0,7	0,5	0,4	0,6	0,4	0,4
BICING																			0,3
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-			0,5	0,5
ALTRES	2,0	0,7	0,3	1,3	0,1	0,9	0,4	0,6	1,2	0,7	1,5	0,4	0,4	-	0,4	0,4	1,5	1,0	0,3
CAP / NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3			2,9
NO SAP	4,2	4,0	4,1	3,0	1,8	5,8	7,3	3,7	2,0	2,6	3,7	3,4	1,7	3,6	5,4	2,9	4,6	2,9	3,4
NO CONTESTA	-	0,8	0,1	0,6	1,2	0,6	0,3	0,1	0,5	0,3	0,2	-	0,2	0,3	1,4	1,4	0,5	1,1	0,8
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

4.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
A PEU	50,1	46,4	48,1	43,6	52,5	48,5	56,2	44,6	46,1	46,4	49,8	49,3	50,5	49,5	49,6	46,6	47,2	50,5	45,8
METRO	18,8	21,5	19,5	21,5	18,0	17,0	15,0	16,9	19,9	18,1	14,4	15,6	17,3	18,7	18,8	18,0	19,9	17,9	15,2
AUTOBÚS	7,6	9,7	9,7	9,9	9,0	9,1	8,2	10,4	9,1	11,8	9,6	10,8	11,4	8,8	8,2	10,3	9,5	8,3	9,7
TAXI	0,4	0,4	0,4	0,3	0,1	0,4	0,1	0,7	0,6	0,2	0,5	-	0,5	0,5	0,3		0,5	0,4	0,2
TREN	0,5	0,1	0,5	0,3	0,4	0,6	0,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,1	0,2	0,3	0,5	0,1	0,4	0,2	0,4
MOTO	2,9	3,2	3,0	3,1	4,3	3,7	2,9	4,6	4,2	3,8	3,4	4,0	3,0	3,4	3,9	4,3	3,9	4,1	4,8
COTXE	12,2	12,6	11,8	12,5	10,8	11,3	11,4	15,9	13,6	13,8	13,9	14,0	12,3	12,3	11,4	11,1	10,6	9,9	11,6
BICICLETA PARTICULAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	1,2	1,0	1,0	0,6	0,5	0,5
BICING	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,6
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,1	-	-	-	0,7	0,4
ALTRES	2,5	1,1	1,6	2,6	0,8	1,5	1,3	2,1	2,5	1,0	3,1	0,7	0,4	-	0,7	0,8	2,2	2,6	2,0
CAP / NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3			3,5
NO SAP	4,5	4,2	5,2	5,3	1,8	7,2	4,3	4,0	2,5	3,4	4,6	5,5	3,3	3,7	4,4	2,5	4,5	3,1	3,9
NO CONTESTA	0,5	0,8	0,2	0,9	2,3	0,7	0,3	0,1	1,0	1,1	0,3	-	0,3	1,5	1,2	1,0	0,7	1,6	1,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

5.- VOSTÈ ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL ACOSTUMA A COMPRAR? (SUMA DE DUES RESPOSTES)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
P. DE GRÀCIA/RBLA. CATALUNYA	5,0	19,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSEIG DE GRÀCIA	-	-	12,0	11,2	10,4	12,0	12,2	10,1	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6	8,9	5,7	6,9	7,3	6,8
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE	-	-	12,3	15,5	15,7	16,5	14,2	14,5	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0	11,5	11,1	11,4	8,0	12,7
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.)	27,2	20,5	20,0	11,8	17,0	7,6	14,8	14,9	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7	14,3	16,0	15,8	13,3	14,4
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL)	11,8	5,9	2,8	12,0	11,9	10,0	8,3	9,3	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9	8,5	12,4	10,8	11,4	10,7
LES RAMBLES	1,7	0,9	6,8	5,3	3,5	5,9	4,0	2,9	3,1	4,4	4,6	3,2	2,7	3,7	2,1	4,1	2,6	4,1	3,4
L'EIX DE SANT ANDREU	2,7	4,3	-	4,8	5,8	3,6	4,0	4,1	3,3	5,3	4,1	4,1	4,9	3,3	3,9	5,4	4,3	4,0	2,6
SANTS-CREU COBERTA	3,7	6,0	6,4	6,3	7,3	4,7	5,6	5,7	7,4	6,9	7,4	3,5	3,5	4,7	5,5	5,3	4,4	3,2	2,7
GRAN DE GRÀCIA	1,9	4,3	4,0	3,4	6,3	3,0	3,9	3,6	3,0	4,2	3,9	3,3	3,7	4,0	3,8	4,1	3,4	3,1	3,1
BULEVARDS DE NOU BARRIS	2,4	2,3	2,9	1,7	2,5	1,4	2,3	2,0	1,6	2,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,6	3,7	1,6	2,5	2,0
POBLE NOU	0,4	1,3	1,6	2,6	1,6	1,4	1,7	0,9	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2	1,4	2,6	0,6	1,9	1,3
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9	1,2
DRETA DE L'EIXAMPLE	1,6	3,5	3,2	2,1	2,5	1,3	2,7	2,1	3,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,9	1,4	1,9	1,1	1,7	1,6
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	2,2	2,5	1,7	1,4	3,9	3,2	2,8	1,0	2,0	3,7	2,1	1,6	3,2	1,9	1,9	2,4	1,9	1,7	1,4
L'EIX HORTA	1,1	2,0	1,5	1,4	1,7	1,2	1,7	2,2	3,0	1,4	0,8	0,7	1,2	1,3	1,1	2,3	1,4	1,4	1,7
GRÀCIA NOVA	0,7	0,5	0,3	0,1	1,1	0,4	1,4	1,2	0,8	0,8	0,3	0,5	1,2	0,6	1,2	0,3	0,2	1,0	0,6
SARRIÀ	0,3	0,9	1,4	0,7	1,3	1,3	0,5	1,1	0,8	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,5	0,7	0,9	0,6
BARNAVASI-GALVANY	0,2	1,2	1,1	0,2	0,6	0,3	0,2	0,4	0,2	0,3	0,1	1,3	0,3	0,1	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6
L'EIX MARAGALL	0,3	0,3	0,7	0,9	1,3	1,3	0,5	1,0	1,1	0,6	0,3	0,3	0,9	0,9	0,5	1,0	1,4	0,5	0,3
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7
NOU DRASSANES	0,1	0,1	-	0,1	0,3	-	0,3	0,3	0,2	-	-	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	1,1	0,1	



TAULES D'EVOLUCIÓ

5.- VOSTÈ ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL ACOSTUMA A COMPRAR? (SUMA DE DUES RESPOSTES)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
SAGRADA FAMÍLIA	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4
DE PALAU A PALAU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
EIX DEL CLOT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3
GLÒRIES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,5
LA MAQUINISTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,8
DIAGONAL MAR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,7
HERON CITY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5
MAREMÀGNUM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
HIPERCOR MERIDIANA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2
ALTRES ZONES COMERCIALS PRÒXIMES A BARCELONA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3
ALTRES	0,9	2,4	12,3	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-	2,7	-	2,8
NO ACOSTUMO ANAR-HI	48,4	40,1	36,0	38,9	34,9	45,5	37,9	44,0	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0	47,0	36,8	43,0	45,1	32,9
NS-NC	-	0,3	-	0,3	0,1	0,3	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5	1,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

6.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR-HI A LA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? (PRIMERA ZONA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES) (BASE: ACOSTUMEN A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
ALIMENTS	15,7	21,3	19,2	24,3	17,5	10,5	15,9	14,7	13,9	12,8	16,5	8,1	22,6	17,4	17,4	27,3	21,2	26,2	25,6
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	8,7	12,9	12,2	13,0	10,2	5,5	11,3	7,0	7,8	8,1	7,2	5,0	9,4	8,4	10,2	15,2	8,3	12,2	12,9
ROBA, CALÇAT	78,3	78,9	79,8	70,1	78,5	77,7	79,4	74,6	76,6	79,0	75,4	76,5	74,1	69,6	78,3	70,8	78,6	76,8	71,8
PARAMENT DE LA LLAR	13,8	9,6	15,2	7,7	10,0	10,0	11,4	8,1	12,0	8,4	6,0	8,6	6,8	4,1	8,6	8,7	11,0	10,1	11,5
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS..)	31,4	29,0	30,2	24,0	28,6	24,5	25,1	23,2	26,4	21,3	17,9	28,3	16,8	20,7	28,6	27,6	28,2	22,8	22,3
DE TOT																			2,4
ALTRES	0,8	0,8	0,2	1,3	0,6	1,1	0,3	0,5	0,7	0,7	1,9	0,5	1,0	1,5	-	0,2	0,4	1,5	1,2
NS	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,6	0,3	1,1	-	0,5	1,4	0,5	-	0,2	1,0	0,6	0,2	-	1,1
NC	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)

6.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR-HI A LA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? (SEGONA ZONA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES) (BASE: ACOSTUMEN A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
ALIMENTS	11,1	11,5	7,8	8,4	7,1	7,7	6,3	4,6	4,5	3,7	6,2	4,8	6,6	6,4	9,7	15,7	10,5	15,4	13,6
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,9	11,0	7,4	8,8	8,1	6,7	6,8	5,5	4,0	6,0	6,7	4,8	7,5	13,2	4,9	8,7	6,3	9,0	7,0
ROBA, CALÇAT	61,1	59,7	66,7	67,9	67,3	60,8	76,8	58,1	61,5	69,4	59,1	65,6	59,5	63,7	73,5	76,9	74,3	72,4	74,7
PARAMENT DE LA LLAR	9,5	13,6	14,8	6,5	11,1	9,6	12,6	18,4	14,6	11,1	10,4	12,2	13,2	6,4	10,3	9,2	13,1	7,7	14,6
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS..)	39,7	38,2	29,6	30,7	41,8	34,0	30,0	32,3	37,7	27,8	26,9	26,5	26,0	24,5	29,2	34,1	30,4	33,3	27,2
DE TOT																			0,6
ALTRES	0,8	-	0,4	0,9	0,7	0,5	0,5	-	-	1,9	2,6	1,1	1,3	0,5	-	-	2,6	-	1,6
NS	-	0,5	1,5	0,5	-	-	0,5	0,9	-	0,9	2,6	1,1	-	-	1,6	0,9	1,0	-	0,9
NC	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-	0,6
N	(126)	(191)	(270)	(215)	(297)	(209)	(190)	(217)	(247)	(216)	(193)	(189)	(227)	(204)	(185)	(229)	(191)	(156)	(316)

7.- QUÈ ÉS EL QUE MÉS VALORA DE LES ZONES COMERCIALS ON VA A COMPRAR?

(SUMA DE DUES RESPOSTES) (BASE: ACOSTUMEN A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA)

%	July 01	Des. 01	July 02	Des. 02	July 03	Des. 03	July 04	Des. 04	July 05	Des. 05	July 06	Des. 06	July 07	Des. 07	July 08	Des. 08	July 09	Des. 09	July 10
VARIETAT	54,1	61,1	63,4	56,6	52,0	54,1	52,7	50,4	57,8	51,3	45,1	47,0	46,2	44,8	37,8	39,7	50,6	44,6	42,7
PROXIMITAT	15,9	13,1	17,3	18,3	20,3	15,5	20,1	19,1	16,3	16,1	14,8	14,0	17,0	18,3	22,1	19,5	16,3	19,5	27,6
CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	1,6	2,5	1,1	5,6	8,6	5,4	6,4	5,9	3,9	4,4	5,5	7,0	7,3	2,8	12,9	14,7	6,8	9,2	7,9
L'ESPAI	2,1	0,3	2,0	4,3	5,5	7,7	5,6	3,1	4,4	6,9	3,6	3,8	3,3	6,7	3,1	3,1	4,5	3,7	6,2
TIPUS DE BOTIGUES	3,3	3,7	2,5	1,8	5,7	5,5	6,1	3,6	5,6	3,7	3,6	5,0	4,0	6,3	6,3	4,2	6,1	6,7	5,8
PASSEIG I COMPRA	5,6	4,4	4,1	4,4	6,2	2,2	2,9	2,7	4,2	1,7	3,6	2,7	1,7	1,1	5,3	5,2	3,8	3,2	4,1
PREU	6,2	7,2	5,2	7,2	3,5	4,4	3,1	7,7	10,5	5,0	5,9	8,8	7,7	6,0	4,9	3,4	1,8	2,1	3,8
QUALITAT	5,8	9,2	10,9	7,9	10,6	6,5	5,6	9,9	7,1	6,7	5,7	5,9	7,5	6,2	2,7	3,9	4,5	1,9	3,5
TRACTE AL CLIENT	4,8	6,2	5,3	4,9	4,5	5,7	2,6	10,6	5,4	4,9	7,2	7,0	6,5	6,5	3,1	4,0	4,1	3,9	3,3
AMBIENT	2,9	3,7	2,3	3,9	6,9	11,1	7,2	4,0	4,1	6,9	6,0	2,5	3,1	4,9	3,3	4,5	3,9	3,4	3,0
TIPUS DE PRODUCTES	4,8	2,0	6,4	4,3	4,8	4,1	3,5	4,7	7,6	3,7	5,5	5,2	3,5	6,0	4,3	3,1	1,4	1,7	3,0
APARCAMENT	1,2	0,2	0,9	1,2	0,9	0,4	0,6	0,9	0,7	0,7	0,2	0,5	0,9	0,6	0,6	0,6	0,5	1,3	2,6
COSTUMS I CONEIXEMENT	3,7	3,4	2,3	2,5	5,2	1,1	2,1	2,2	2,0	2,5	2,1	2,2	2,3	1,5	2,5	1,8	1,4	2,8	2,3
COMODITAT	4,5	7,0	6,3	4,1	1,5	3,3	2,9	3,2	3,9	2,3	2,9	2,5	3,1	2,4	1,6	3,2	5,4	2,4	2,0
TRANQUIL·LITAT	1,0	1,5	1,3	0,8	2,0	0,9	0,6	0,4	0,2	1,0	-	1,8	2,1	2,1	3,9	2,3	1,8	1,7	2,0
UBICACIÓ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,0
BEN COMUNICAT	2,1	2,7	2,2	3,3	2,3	3,9	2,3	2,7	3,7	2,2	1,2	2,5	4,2	2,6	5,3	4,2	3,2	4,5	1,4
SERVEIS	1,0	0,3	0,6	1,0	0,9	0,2	0,5	0,5	0,7	0,7	1,4	0,2	0,9	0,9	1,0	0,3	0,4	0,2	0,8
HORARI	0,2	0,3	0,6	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,8	-	1,0	0,2	-	0,2	0,4	0,6	0,4	0,4	0,5
LLIBERTAT D'ELECCIÓ	0,6	-	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,2	0,3	0,5	0,3	0,4	0,5	0,4	0,8	0,3	0,2	1,1	0,2
FORMA DE PAGAMENT	0,4	-	-	-	-	-	0,2	0,2	-	-	0,2	-	-	-	-	-	-	0,2	-
TOT	-	-	-	0,2	0,2	1,7	1,4	2,3	0,3	0,7	0,7	0,4	0,5	-	1,6	0,5	1,4	1,9	2,0
RES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,3	-	-	-	0,2	-
ALTRES	2,1	2,7	4,2	0,8	0,8	1,5	1,1	0,4	1,5	2,2	3,4	3,2	-	-	-	1,0	1,6	-	1,2
NS	0,2	0,2	0,8	0,8	1,2	1,5	1,3	2,2	0,3	1,3	1,7	1,4	1,4	1,1	2,7	4,0	1,8	3,0	3,6
NC	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,2	0,2	0,9
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)

8.- HA COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET (COMERÇ ELECTRÒNIC)? (*)

%	Juny 00	Des. 00	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
SÍ	5,9	6,9	9,6	9,5	11,0	10,3	15,5	16,6	19,2	22,2	23,7	23,0	27,4	26,1	29,2	33,1	36,4	36,6
NO	94,0	92,7	90,2	90,4	88,7	89,7	84,4	83,4	80,6	77,7	76,3	77,0	72,5	73,9	70,3	66,7	63,6	63,4
NS-NC	0,1	0,4	0,2	0,1	0,3	-	0,1	-	0,2	0,1	-	-	0,1	-	0,5	0,2	-	-
N	(799)	(839)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

(*) JUNY I DESEMBRE DE 2000 ES DEMANAVA A TOTS ELS QUE ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA, MENTRE QUE A PARTIR 2001 ES PREGUNTA A TOTHOM.

FINS EL 2003 ES DEMANAVA SI HAVIA COMPRAT "ALGUNA COSA"

%	Juny 09	Des. 09	Juny 10
SÍ	41,1	36,1	42,7
NO	58,9	63,9	57,2
NS-NC	-	-	0,1
N	(1000)	(1000)	(1000)

9.- AMB QUINA FREQUÈNCIA ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET? (BASE: HAN COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
SETMANALMENT	2,1	1,1	1,8	2,9	2,6	1,8	2,6	3,6	2,5	3,0	2,6	2,7	3,4	2,7	3,0	1,4	2,7	3,6	3,0
CADA DUES SETMANES	5,2	3,2	2,7	4,9	4,5	4,2	5,2	1,8	5,1	1,7	4,7	3,1	1,0	3,9	4,1	3,6	2,7	3,6	4,4
MENSUALMENT	8,3	6,3	10,0	11,7	11,6	15,1	10,4	17,6	12,7	13,5	11,3	13,8	13,7	16,0	14,3	12,3	12,9	13,9	13,1
CADA DOS MESOS	6,3	7,4	10,9	4,9	2,6	7,2	5,7	9,5	8,9	7,4	8,8	10,7	9,9	7,3	7,1	5,7	9,5	7,5	6,8
OCASIONALMENT	78,1	82,1	74,5	75,7	78,7	71,7	76,0	66,7	70,9	73,9	72,6	69,7	70,9	68,6	71,4	77,0	72,0	71,5	72,1
NS	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,4	-	-	1,0	1,5	-	-	0,2	-	0,5
NC	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)	(427)

10.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET? (BASE: HAN COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08	Juny 09	Des. 09	Juny 10
ALIMENTS	19,8	25,3	27,3	30,1	22,6	21,7	14,6	21,6	23,2	13,0	16,8	17,2	9,9	17,2	17,9	12,6	16,8	16,1	14,8
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	6,3	7,4	5,5	8,7	7,7	6,6	4,2	5,9	7,6	3,5	4,0	4,2	5,5	2,7	7,7	3,6	5,6	5,0	5,6
ROBA, CALÇAT	3,1	2,1	4,5	1,0	4,5	4,2	3,6	4,1	5,5	7,4	6,2	5,7	5,8	6,9	7,1	12,3	15,6	15,0	20,4
PARAMENT DE LA LLAR	-	2,1	2,7	4,9	0,6	4,8	2,6	3,6	2,1	3,5	2,6	1,5	3,4	2,1	5,8	3,6	6,1	3,9	6,3
LLIBRES	34,4	29,5	-	-	23,9	18,7	10,4	18,5	12,2	13,5	18,6	16,5	13,7	-	15,1	13,9	14,6	13,3	17,3
VIATGES	17,7	21,1	-	-	21,3	22,3	41,7	36,0	41,4	36,5	42,3	41,4	44,5	10,9	42,9	40,4	36,7	34,3	30,9
MÚSICA	19,8	21,1	-	-	14,2	12,7	8,3	5,9	11,4	10,4	8,8	9,2	9,2	-	7,4	10,4	9,0	8,9	7,5
ENTRADES ESPECTACLES	-	-	-	-	5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8	11,6	-	12,4	14,5	9,5	11,9	10,3
ALTRES LLEURE	7,3	2,1	-	-	6,5	4,2	5,2	7,7	7,2	9,6	4,0	6,1	3,8	-	3,6	12,8	6,8	9,4	2,6
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CDS, JOCS...)	-	-	61,8	71,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,4	-	-	-	-	-
INFORMÀTICA I TELEFONIA	12,5	10,5	5,5	1,9	14,8	16,9	13,5	11,3	7,6	23,0	11,7	15,7	18,2	6,9	12,9	17,2	13,9	19,4	20,8
PER AL COTXE	-	-	-	-	1,3	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	17,7	10,5	8,2	1,9	3,9	2,4	2,1	2,7	3,0	3,0	10,2	6,5	5,1	4,5	0,5	0,5	1,5	1,4	6,1
NS-NC	-	-	0,9	-	-	-	0,5	0,5	-	-	-	-	1,0	0,6	0,3	-	-	0,8	0,2
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)	(427)

(*) AL JUNY DE 2003 AQUESTA PREGUNTA ÉS OBERTA.

DADES D'IDENTIFICACIÓ

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z1.- QUNS CANALS DE TELEVISIÓ ACOSTUMA A VEURE MÉS HABITUALMENT?:

(ESPONTÀNIA)

(SUMA DE LES TRES RESPOSTES)

(Recòmpte) %Columna	TOTAL	(Recòmpte) %Columna	TOTAL	(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)	TOTAL	(1000)	TOTAL	(1000)
TVE 1	36,0	3/24	3,9	AXN	,6
TVE 2	11,0	CNN+	,8	CALLE 13	,2
TV 3	61,3	CNN	,8	DCINE	,1
C33	12,4	EURONEWS	,1	FOX	1,1
TELECINCO	28,0	TELEDEPORTE	1,6	HOLLYWOOD	,4
ANTENA 3	25,1	GOL TV	,1	PARAMOUNT COMEDY	,3
CUATRO	17,4	BARÇA TV	,8	TCM	,1
LA SEXTA	18,3	CANAL+DEPORTES	,1	TNT	,2
CANAL+	2,7	EUROSPORT	,2	ALTRES ENTRETENIMENT / SÈRIES	,4
INTERECONOMÍA	1,2	SPORTMANIA	,1	CANAL COCINA	,2
VEO	,2	ALTRES ESPORTIVES	,1	DISCOVERY CHANNEL	,1
BTV	9,4	40 LATINO	,1	HISTORIA	,4
8TV	9,5	RAC 105	,1	NATIONAL GEOGRAPHIC	,3
BADALONA TV	,1	CLAN TVE	1,2	VIAJAR	,3
ALTRES LOCALS	,2	SUPER 3	,4	ALTRES DOCUMENTALS	,2
CANAL 9	,1	DISNEY CHANNEL	1,6	ALTRES	,4
CANAL SUR	,3	CARTOON NETWORK	,1	NO MIRA LA TELEVISIÓ	1,8
TELEMA DRID	,2	ANTENA.NEOX 8	,7	NO TÉ TELEVISIÓ	,8
ALTRES AUTONÒMIQUES	,1	ANTENA.NOVA 9	,4	NO SAP	1,4
ALTRES INTERNACIONALS	,3	TELECINCO 2 / LA SIETE	,4	NO CONTESTA	,2
24H TVE	,6	TELECINCO FDF	,1		



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z2.- AMB QUINA FREQUÈNCIA LLEGEIX LA PREMSA IMPRESA O PER INTERNET?

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
CADA DIA	60,0
NOMÉS ELS CAPS DE SETMANA	11,3
DE TANT EN TANT	17,1
QUASIMAI	4,0
MAI	7,4
NS	,2

Z3.- QUINS SÓN ELS DIARIS QUE LLEGEIX AMB MÉS FREQUÈNCIA?:

(BASE: LLEGEIXEN PREMSA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(924)
LA VANGUARDIA	48,1
EL PERIÓDICO (EN CATALÀ)	18,3
EL PERIÓDICO (EN CASTELLÀ)	19,7
EL PAÍS	20,7
AVUI	6,2
EL MUNDO	3,1
ABC	,8
LA RAZÓN	,9
PÚBLICO	1,6
EL PUNT	1,2
ALTRES DIARIS COMARCALS/LOCALS	,9
DIARIS INTERNACIONALS	1,5
DIARIS ESPORTIUS	12,6
DIARIS ECONÒMICS	1,8
DIARIS GRATUÏTS	25,0
ALTRES	,1
NS	1,4
NC	,2

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z4/Z5 (RESUM).- ESCALA IDEOLÒGICA I SENTIMENT DE PERTINENÇA

IDEOLOGIA (1=EXT.ESQUERRA / 5=EXT.DRETA)

PERTINENÇA (1=ÚNICAMENT ESPANYOL / 5=ÚNICAMENT CATALÀ)

		TOTAL
IDEOLOGIA	Mitjana	2,1
	Des.Est.	1,3
	(n)	(738)
PERTINENÇA	Mitjana	3,3
	Des.Est.	1,1
	(n)	(926)

Z4.- DE LES SEGÜENTS OPCIONS IDEOLÒGIQUES, A QUINA SE SENT VOSTÈ MÉS PROPER?

(Recompte)

% Columna

TOTAL

TOTAL	(1000)
ESQUERRA	35,9
CENTRE ESQUERRA	13,4
CENTRE	11,4
CENTRE DRETA	7,9
DRETA	5,2
APOLÍTIC	11,1
NS	10,1
NC	5,0

Z5.- I, A QUINA DE LES SEGÜENTS SITUACIONS SE SENT MÉS PROPER?

(Recompte)

% Columna

TOTAL

TOTAL	(1000)
ÚNICAMENT ESPANYOL	8,6
MÉS ESPANYOL QUE CATALÀ	4,8
TANT ESPANYOL COM CATALÀ	41,9
MÉS CATALÀ QUE ESPANYOL	24,1
ÚNICAMENT CATALÀ	13,2
NS	4,4
NC	3,0

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Q1.- SEXE

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
HOME	46,7
DONA	53,3

Q2 (RESUM).- EDAT

		TOTAL
EDAT	Mitjana	48,9
	Des.Est.	18,5
	(n)	(1000)

Q2.- EDAT

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
DE 16 A 24 ANYS	8,9
DE 25 A 34 ANYS	18,5
DE 35 A 44 ANYS	18,7
DE 45 A 54 ANYS	15,7
DE 55 A 64 ANYS	13,2
65 IMÉS ANYS	25,0

Z6.- LLOC DE NAIXEMENT

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
BARCELONA CIUTAT	60,6
RESTA CATALUNYA	8,7
RESTA D'ESPANYA	21,3
UNIÓ EUROPEA	3,1
RESTA DEL MÓN	6,1
NC	,2

Z7.- LLENGUA HABITUAL

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
CATALÀ	49,1
CASTELLÀ	49,8
ALTRES	,8
NC	,3

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z8.- NIVELL D'ESTUDIS ACABATS DE L'ENTREVISTAT

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
MENYS QUE PRIMARIS	2,7
PRIMARIS	22,0
SECUNDARIS	21,7
SECUNDARIS PROFESSIONALS	18,1
UNIVERSITARIS	35,1
NC	,4

Z9.- ACTUALMENT, QUINA ÉS LA SEVA ACTIVITAT LABORAL?

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
TREBALLA PER COMPTE PROPI	9,0
TREBALLA PER COMPTE D'ALTRI	40,6
JUBILAT/DA / PENSIONISTA / INCAPACITAT/DA	27,5
ATURAT/DA / BUSCA FEINA	8,2
TASQUES DE LA LLAR (NO REMUNERADES)	5,8
ESTUDIANT	8,6
NC	,3

Z10.- QUINA ÉS LA SEVA OCUPACIÓ?

(BASE: TREBALLEN EN L'ACTUALITAT) (ESPONTÀNIA)

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(496)
DIRECTIU / GERENT / EMPRESARIA MB MÉS DE 3 TREBALLADORS	5,8
AUTÒNOM / EMPRESARIA MB 3 O MENYS TREBALLADORS	12,7
PROFESSIONAL / TÈCNIC / COMANDAMENT INTERMEDI	27,8
EMPLEAT ADMINISTRATIU D'OFICINA, SERVEIS, COMERCIALS	29,2
TREBALLADORS DE RESTAURACIÓ, COMERÇ, SERVEIS PERSONALS, SEURETAT	15,7
TREBALLADOR / OBRER INDÚSTRIA I CONSTRUCCIÓ	7,5
NC	1,2

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z 18 (RESUM).- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

		TOTAL
PERSONES VIUEN A CASA SEVA	Mitjana	2,7
	Des.Est.	1,1
	(n)	(988)

Z 18.- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

(Recompte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
UN	13,8
DOS	32,7
TRES	25,5
QUATRE	21,9
CINC	4,1
SIS	,5
SET	,3
NC	1,2

Z 17.- ESTAT CIVIL

(Recompte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
SOLTER/A (MAI HA ESTAT CASAT)	24,2
CASAT/DA, VIU A MB PARELLA	58,4
SEPARAT/DA, DIVORCIAT/DA	6,2
VIDU/A	10,4
NC	,8

Q 3.- DISTRICTE MUNICIPAL

(Recompte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
CIUTAT VELLA	6,5
EIXAMPLE	16,7
SANTS-MONTJUÏC	11,4
LES CORTS	5,1
SARRIÀ-SANT GERVA SI	8,6
GRÀCIA	7,6
HORTA-GUINARDÓ	10,6
NOU BARRIS	10,4
SANT ANDREU	9,0
SANT MARTÍ	14,1

ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ BARCELONA

Aquests estudis sociològics permeten determinar les prioritats de la població, conèixer la realitat social, saber com es valora l'activitat i els serveis municipals, i esbrinar l'opinió sobre l'actuació política municipal.



Pla
d'Estudis Sociològics



Sèrie
d'Avaluació Contínua



Enquestes
de Sistemes de Qualitat



Investigació
de Comunicació



Estudis
Ad-Hoc



Ajuntament de Barcelona